

— asia — sur

265

MIRANDA SALAVERRY & ALE PENNY

Una historia de amistad, trabajo y sueños compartidos. Dos amigas que hoy son su soporte más grande a la hora de emprender.

NATURALEZA Y TRADICIÓN EN MIRAFLORES

Imagen referencial sujeto a cambios según diseño del proyecto

Acacias 353, un espacio urbano
natural y exclusivo.

Ubicado estratégicamente entre
los parques Domodossola y
Melitón Porras, combina diseño de
alto nivel y calidez en un entorno
excepcional de Miraflores.

ACACIAS³⁵³

SIGNATURE APARTMENTS
CALLE ACACIAS & SAN FERNANDO - MIRAFLORES

EN CONSTRUCCIÓN

Departamentos de
1, 2 y 3 dormitorios
desde **63 m²**

UBICACIÓN:

Calle Acacias 353,
Miraflores

SALA DE VENTAS EN:

Calle Acacias esq. con
Calle San Fernando,
Miraflores

Conoce más aquí

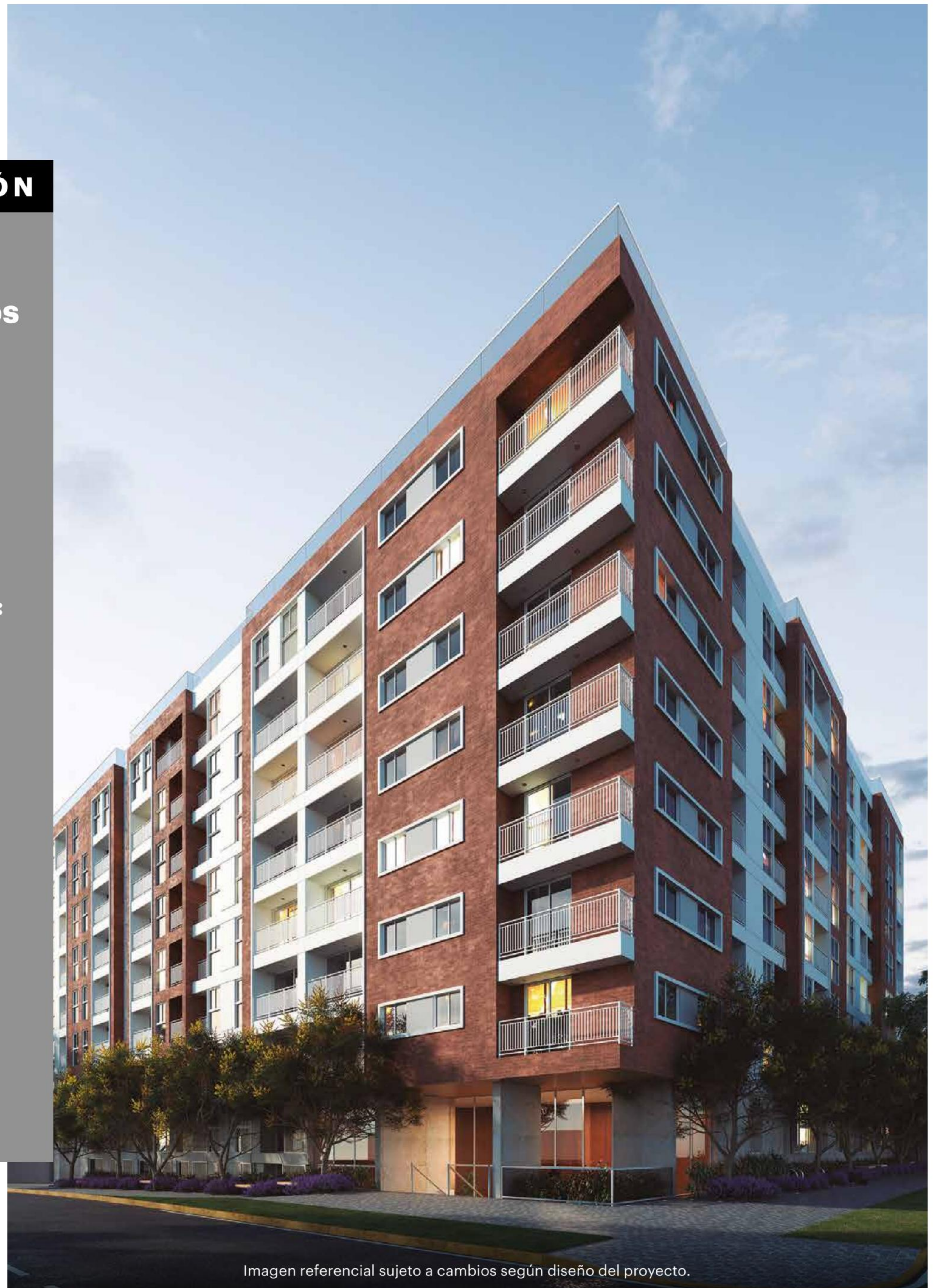


Imagen referencial sujeto a cambios según diseño del proyecto.

Más información de nuestro proyecto en:

www.edifica.com.pe |  **+51 989 344 159** |   

BARRANCO

Espacios con **alma y carácter**
en una **zona exclusiva.**



 **EDIFICA**

EN CONSTRUCCIÓN



THE MUSE

SAN MARTÍN & MIMOSAS
BARRANCO

Av. San Martín 715,
Barranco



1 - 2 - 3 Dorms.



Desde **40 m²**

EN CONSTRUCCIÓN



GRAU¹⁰

BARRANCO
STYLISH
APARTMENTS

Av. Almte. Miguel Grau
1020, Barranco



1 - 2 Dorms.



Desde **40 m²**

Más información de nuestro proyecto en:

www.edifica.com.pe |  **+51 989 344 159** |   

ÍNDICE

22

CARLOS CARLÍN

En exclusiva desde Italia, Carlos Carlín comparte cómo 'La Tribu' pasó del teatro al cine y el vínculo que convirtió al elenco en una verdadera familia creativa.

60

TALÍA BARRIOS

Transformó la natación en una filosofía de vida y hoy impulsa una nueva forma de enseñar a nadar con disciplina, propósito y formación de carácter.

67

ESPECIAL EDUCACIÓN

Aprender ya no es solo un acto académico, sino una búsqueda constante de evolución personal. Este especial analiza cómo la educación en el Perú se transforma con la tecnología, la creatividad y los nuevos modelos de aprendizaje global.

114

PAULA PIN

A los 22 años, equilibra su vida corporativa en el mundo de la belleza con creatividad, estilo y una clara proyección hacia la moda. Conoce a la chica AS de esta edición.

24

ALESSANDRA PENNY & MIRANDA SALAVERRY

En el mes del amor y la amistad, conversamos con Ale y Miri, dos amigas que crecieron juntas y que, aunque tomaron caminos profesionales distintos, hoy se mantienen como apoyo incondicional la una para la otra.



STAFF

#265

asia
sur

GERENTE GENERAL

NANCY GIRAU
ngirau@grupoas.com.pe

DIRECTORES ASIA SUR

LUIS MARCELO INDACOCHEA
JUAN CARLOS TASSARA
ALFONSO BERNOS
MARTÍN BEDOYA
JORGE RUIZ

COORDINADORA COMERCIAL Y DISTRIBUCIÓN

DIANINA HERNANI
dhernani@grupoas.com.pe

DISTRIBUCIÓN

GIAN SESSAREGO

JEFA DE REDES Y CONTENIDO DIGITAL

MARIANELA MENDOZA

EJECUTIVAS DE VENTAS

ANDREA MAYO, PATRICIA GARCÍA, VERÓNICA
CARRILLO, KARINA PÉREZ, BARBARA ANAYA,
MÓNICA CORDERO, ESPERANZA MONTOYA

EDITORIA

ARIANNA GONZALES

EDITORIA DE SOCIALES

MARIANELA MENDOZA

COORDINADORA DE REDACCIÓN

DANIELLA BEJARANO

REDACTORES

DANIELLA BEJARANO, ANGHY COVARRUBIAS,
MARIANELA MENDOZA

DISEÑO

KATHERINE RIVERA
JIMENA POZO

RETOQUE

BRIANNA CAIAZZA

grupo **asiasur**

ASIA SUR es una revista de actualidad, cultura y
entretenimiento dirigida a mayores de 18 años cuyos
anunciantes se sujetan a las disposiciones legales vigentes en
materia de contenidos publicitarios.



Orgullosos de ser la
PRIMERA Y ÚNICA
Universidad del Perú en obtener

5 ESTRELLAS
en **QS Stars**



UPC

exígete, innova

LAS PLAYAS QUE DEBES VISITAR ESTE 2026

A LA ORILLA DEL MAR

Nada representa más el descanso y la tranquilidad como la playa. En este artículo, descubre las más recomendadas para tener una experiencia única este 2026.

Para quienes sueñan con sol, mar y aventuras inolvidables, el 2026 promete ser perfecto para explorar algunas de las playas más espectaculares del planeta, destinos que destacan por su belleza natural, su singularidad y la experiencia que ofrecen a los viajeros.

Encabezando esta lista está Pink Beach, en Indonesia. Esta playa es famosa por su arena de color rosado, tono que se genera por la mezcla de fragmentos de coral rojo con arena blanca. Un destino que combina naturaleza extraordinaria con la posibilidad de explorar el Parque Nacional de Komodo.

En el corazón del océano Índico se encuentra Le Morne, en Mauricio, una playa larga y pintoresca que tiene la singularidad de estar flanqueada por la imponente montaña Le Morne Brabant, declarada Patrimonio de la Humanidad. Además de sus paisajes, este destino es ideal para la práctica del kitesurf y otras actividades acuáticas.

Más al sur, en Sudáfrica, la Playa de Boulders ofrece una experiencia única: caminar junto a una colonia de pingüinos africanos en su hábitat natural. Ubicada en la península del Cabo, esta playa combina la tranquilidad de sus calas con la cercanía de esta especie icónica.

EL ENCANTO DEL PAISAJE

En Sanya (China), la Bahía de Yalong destaca por su extensión de arena blanca y aguas turquesas, perfectamente conectada con transportes desde ciudades cercanas. Por su parte, en Tailandia, Sunrise Beach en la isla de Koh Lipe ha sido elegida por su belleza y por ofrecer amaneceres espectaculares, además de una vibrante escena de bares y restaurantes frente al mar.

Europa también tiene representación en la lista con Cala Macarelleta, en Menorca (España), una cala pequeña pero de belleza inigualable con agua clara y arena fina. Otra joya europea es Playa



PINK BEACH.

La Concha, en San Sebastián, conocida por su forma de media luna y su ambiente familiar frente al casco histórico.

El clima y la geografía extremas se encuentran en Vík í Mýrdal, Reynisfjara (Islandia), una playa de arena negra famosa por sus columnas de basalto, imponentes paisajes y su atractivo fotogénico, aunque también exige precaución por sus fuertes olas.

Finalmente, Pentle Bay en las Islas Scilly (Reino Unido) y el archipiélago de Los Roques en Venezuela cierran la lista con opciones que van desde tranquilos paseos junto al agua hasta paradisíacas islas caribeñas de arena blanca y oportunidades para buceo y deportes acuáticos.



PLAYA DE BOULDERS.



Todos quieren Hush PuppiesTM

#RegresamosFelicesAlCole



Encuétralas en las tiendas
Hush Puppies y Hush Puppies Kids
HushPuppies.pe

DANIELA KADENA

CUANDO EL MARKETING SE VUELVE HUMANO

De analizar campañas virales a construir una plataforma educativa, la creadora de contenido apuesta por traducir el marketing para hacerlo más cercano y estratégico

Por Daniella Bejarano Sangama



Para Daniela Kadena, crear contenido nunca fue un accidente. Mucho antes de hablar de campañas, branding y estrategia, ya tenía un canal de YouTube donde compartía intereses personales. Sin embargo, fue en los últimos años cuando entendió que el marketing podía ser algo más que su trabajo: también podía convertirse en una herramienta para educar, inspirar y derribar prejuicios.

El punto de quiebre llegó cuando empezó a analizar campañas y rebrandings en redes sociales. Su primer video sobre el cambio de imagen de Burger King superó las 200 mil visualizaciones en pocos días. "Eso me confirmó que había un interés genuino por entender qué hay detrás de las marcas", recuerda. Desde entonces, su contenido se ha enfocado en mostrar que el marketing no es solo hacer un logo o un video viral, sino un proceso

DANIELA KADENA TRANSFORMA CAMPAÑAS Y CONCEPTOS COMPLEJOS EN APRENDIZAJE ACCESIBLE PARA SU COMUNIDAD.

estratégico que involucra investigación, objetivos de negocio, equipos y contexto.

Uno de los pilares de su propuesta es mostrar el "detrás de escena". Para Daniela, compartir únicamente el resultado final no hace justicia al trabajo real. "Las ideas no salen de la nada. Nacen del conocimiento", explica. Esa mirada la ha llevado a ser selectiva con las campañas que analiza y a priorizar aquellas que aportan aprendizaje real a su comunidad.

Su evolución como creadora de contenido también ha sido estratégica. De un enfoque más intuitivo y esporádico, pasó a tomarse su marca personal con mayor seriedad, especialmente tras unirse a una agencia de representación. Esto le permitió acceder a información de primera mano, conversar con gerentes de marketing y trabajar con briefs reales. "Que las marcas confíen en mi contenido es un gran honor", afirma.

En un ecosistema saturado de gurús y fórmulas mágicas, Daniela se distancia de las promesas rápidas. Su enfoque apuesta por la curiosidad, la traducción de conceptos complejos y la idea de que no existen recetas universales. "Cada marca tiene su propio mundo", sostiene. Para ella, el rol del creador es acompañar el aprendizaje, no imponer verdades absolutas.

Uno de los pasos más importantes en su camino fue renunciar al trabajo corporativo para apostar por la creación de contenido como su propio emprendimiento. Una decisión meditada, que marca una nueva etapa. De cara al 2026, Daniela proyecta crecer su comunidad, explorar nuevos formatos y, a mediano plazo, cumplir el sueño de estudiar una maestría en Marketing en Estados Unidos. Su meta es clara: seguir aprendiendo y convertir el marketing en una conversación más accesible, estratégica y cercana.

EN LA ULIMA TU FUTURO ES INTERNACIONAL

CONTAMOS CON MÁS DE 190 CONVENIOS INTERNACIONALES CON
PRESTIGIOSAS INSTITUCIONES ALREDEDOR DEL MUNDO.

Tendrás la oportunidad de acceder a programas de **segundo grado de bachiller**,
consecutive masters e intercambios que te permitirán crecer en entornos globales.



SEGUNDO GRADO INTERNACIONAL*

Permite a los alumnos obtener un segundo grado de bachiller en prestigiosas universidades aliadas y desarrollar competencias que los destacan globalmente.

CONSECUTIVE MASTER*

Obtén dos títulos en un mínimo de cinco años: cursa tu grado en la Ulima y tu maestría en prestigiosas universidades internacionales aliadas, mientras vives una experiencia académica en un entorno global.

* Programas opcionales.

- PROGRAMAS DE SEGUNDO GRADO INTERNACIONAL
- CONSECUTIVE MASTER
- PROGRAMAS DE SEGUNDO GRADO INTERNACIONAL / CONSECUTIVE MASTER

SOMOS EL CAMBIO, ÚNETE
ULIMA.EDU.PE/ADMISION

 UNIVERSIDAD
DE LIMA

EL BUEN DORMIR

La regla 3-2-1 es el nuevo enfoque que promete mejorar las horas de sueño. Una rutina sencilla que puede adaptarse a distintos estilos de vida y que solo requiere de una buena organización.



recomendación es empezar a bajar el ritmo mental. El descanso no solo es físico; la mente también necesita un período de transición para desconectarse del día. Dejar de lado el trabajo, los correos y las tareas pendientes permite reducir el estrés y facilita la producción de melatonina, la hormona responsable de regular el sueño. Crear un ritual nocturno puede ser clave para señalarle al cerebro que es momento de relajarse.

El último paso, quizá el más desafiante, es reducir la exposición a pantallas durante la última hora del día. La luz azul que emiten los celulares, la televisión o la computadora interfiere en el ritmo circadiano y retrasa el sueño. En su lugar, leer un libro o escuchar un podcast relajante puede convertirse en una alternativa ideal para finalizar el día.

Para quienes buscan profundizar aún más, algunos especialistas proponen ampliar esta fórmula. La versión 10-3-2-1-0 sugiere, por ejemplo, evitar la cafeína diez horas antes de dormir y lograr despertarse sin necesidad de posponer la alarma. Más allá de la versión elegida, el objetivo es el mismo: respetar los ritmos naturales del cuerpo.

Sencilla, realista y basada en procesos biológicos, la regla 3-2-1 es una invitación a repensar nuestros hábitos nocturnos. Probarla puede ser el primer paso para despertar con más energía y convertir el buen descanso en parte de la rutina diaria.

Son los pequeños cambios en la rutina los que generan los resultados más grandes. Es quizás por eso que, cuando hablamos de dormir, la regla 3-2-1 viene teniendo gran acogida. No se trata de una norma rígida, sino de una guía flexible que se adapta a distintos estilos de vida y que puede marcar una gran diferencia en la calidad de sueño.

La primera parte de la regla indica evitar comer durante las tres horas previas a acostarse. Cuando cenamos tarde o de forma abundante, el cuerpo

continúa con el proceso de digestión mientras intentamos descansar, lo que puede generar incomodidad, reflujo o un sueño poco profundo. Apostar por cenas ligeras, con alimentos fáciles de digerir como verduras cocidas, proteínas suaves o sopas, ayuda a que el organismo entre en modo descanso con mayor facilidad. El alcohol también entra en este punto: aunque pueda parecer relajante, altera el ciclo natural del sueño y conviene evitarlo antes de dormir.

Dos horas antes de ir a la cama, la

REDUCIR LA EXPOSICIÓN A PANTALLAS DURANTE LA ÚLTIMA HORA DEL DÍA ES CLAVE PARA CREAR UNA ADECUADA RUTINA DE SUEÑO.





#TuCompraEsUnÁrbol

BOULEVARD ASIA

[Q RKFlife.pe](https://www.RKFlife.pe)

[Revistas.PeruRadio.net.pe](https://www.Revistas.PeruRadio.net.pe)

PIEL AL CALOR



Adaptar la rutina de cuidado de la piel a las condiciones climáticas es esencial, sobretodo en temporadas como el verano, cuando el sol y la humedad están presentes la mayor parte del día.

Cuando se habla de adaptar las rutinas de skincare, muchas veces se piensa en aumentar productos. Sin embargo, el cambio de clima y tendencias como el skinmalismo, demuestran lo contrario. A veces menos, es más y, cuando se trata de climas húmedos y cálidos, esa afirmación se refuerza.

Gracias a las temperaturas, la piel produce más sebo, lo que puede obstruir los poros, de no limpiarse adecuadamente. Por eso, el primer paso es elegir un limpiador suave, que elimine impurezas, protegiendo la barrera na-

tural. En esta temporada, las texturas en gel o espumas pueden funcionar mejor, pues aportan frescura.

A la limpieza, debe seguirle la hidratación porque aunque el clima sea húmedo, este paso no es opcional. En este punto, más allá de cremas, es preferible elegir fórmulas ligeras, con base acuosa que aporten humedad sin sensación pesada. Sueros y geles hidratantes son perfectos. Se absorben rápido, refrescan la piel y la mantienen equilibrada.

Para los amantes de los activos, la niacinamida será una gran aliada, pues regula la producción de sebo y minimiza los poros.

LA PROTECCIÓN SOLAR ES CLAVE

Incluso en días nublados, los climas cálidos requieren de protección solar obligatoria. El secreto está en elegir filtros solares de textura ligera y rápida absorción. De hecho, cada vez hay más opciones que controlan el brillo y reducen esa sensación pegajosa, como los bloqueadores con tecnología "toque seco".

La reaplicación es clave, sobre todo cuando la sudoración es constante. Los protectores en spray o los famosos 'cushion' permiten renovar la aplicación sin alterar el maquillaje.

Un tip importante es procurar incluir antioxidantes como la vitamina C en la rutina de mañana, pues ayuda a prevenir manchas, tan frecuentes tras la exposición al sol. Aunque no es un paso obligatorio y depende de cada tipo de piel, puede marcar una diferencia significativa en cuanto a luminosidad.

REGENERACIÓN NOCTURNA

Por la noche, la rutina debe incluir también la limpieza profunda, incluir un sérum de acuerdo a las necesidades específicas y un hidratante ligero que puede ser el mismo que el de día.

Más allá del skincare nocturno, es importante mantener una buena higiene con las fundas de almohada, pues el sudor y el cabello en el rostro aumentan la posibilidad de brotes en esta temporada.

Cuidar la piel en verano no debería ser un reto. Seguir las rutinas de limpieza y el uso de bloqueador en las proporciones correspondientes garantizan una piel sana, incluso cuando el sol es protagonista.



San José de
Monterrico



www.sanjosedemonterrico.edu.pe



Educación integral
que impulsa el desarrollo
académico y humano,
con visión global



Informes

933 511 680

Visitas guiadas permanentes

- * Programa del Diploma IB
- * Programa de Educación Primaria (PEP) desde 3 años
- * Aprendizaje bilingüe y experiencias internacionales
- * Énfasis en las ciencias y tecnología
- * Propuesta deportiva y cultural



@sjmpaginaoficial



colegiosanjosedemonterrico

Jr. Tomasal 355, Santiago de Surco / Telfs. 344 1901 / 344 2203



APCC
The Asian-Pacific
Children's in Fukuoka

INTERCAMBIOS Y CONVENIOS



ZAPATOS Y ACCESORIOS EN TENDENCIA PARA EL VERANO

El verano no solo trae altas temperaturas, sino también nuevas oportunidades para jugar con texturas, siluetas y accesorios.

Una de las principales fuentes de inspiración para las tendencias en las temporadas primavera/verano proviene de las colecciones cruceo o resort presentadas por casas de moda internacionales entre diciembre y mayo. Estas colecciones son especiales porque están diseñadas para climas cálidos y vacaciones, lo que las hace especialmente relevantes para lugares donde el verano coincide con el calendario europeo de moda. Las casas de lujo, desde Dior hasta Jacquemus y Bottega Veneta, lanzan piezas pensadas para destinos soleados. Y, estas piezas, gracias a la globalización del fascinante mundo de la moda y a las redes sociales, llegan rápidamente al radar fashionista del hemisferio sur.

ZAPATOS QUE MARCAN TENDENCIA

Este verano, la consigna es comodidad con estilo. Entre los zapatos más buscados destacan:

- **Sandalias tiras planas:** Minimalistas y versátiles, perfectas para la ciudad y paseos al atardecer.
- **Sandalias de plataforma:** Añaden altura sin perder confort, ideales para outfits con vestidos fluidos o pantalones anchos.
- **Zuecos y mocasines:** Se mezclan con elementos artesanales (cuerdas y hebillas doradas), fusionando comodidad con sofisticación.
- **Sneakers ligeros y blancos:** Nunca pasan de moda y combinan con prácticamente todo, desde jeans cortos hasta vestidos vaporosos.

Los materiales naturales como el cuero trenzado, el yute, la rafia y el esparto están dominando las tendencias, ofreciendo un 'look&feel' que te transporta a la playa y la naturaleza.



FUNCIONALIDAD, COMODIDAD Y ESTÉTICA MARCAN LA PAUTA A LA HORA DE ELEGIR LOS ZAPATOS Y ACCESORIOS IDEALES PARA ESTE VERANO.

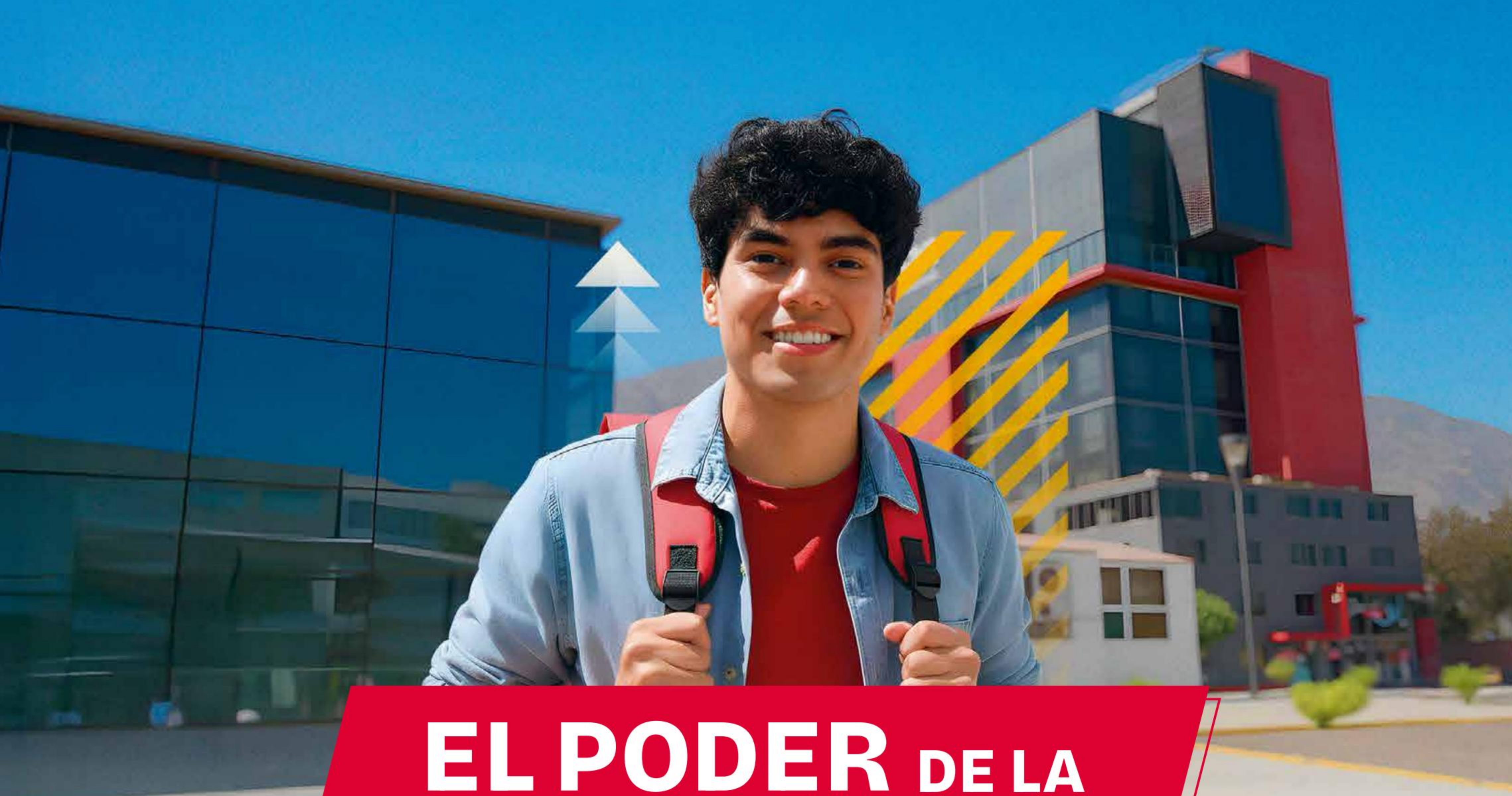


ACCESORIOS QUE ELEVAN CUALQUIER LOOK

- **Bolsos de paja o tejidos artesanales:** Desde mini bolsos hasta shopper bags oversize, son un must para el día.
- **Gafas de sol XXL:** Estilo retro o futurista, funcionan como statement piece en cualquier outfit.
- **Sombreros de ala ancha:** Tan funcionales como chic, protegen del sol y dan un aire sofisticado.
- **Joyas barrocas y coloridas:** aretes grandes, aros XL y collares de conchas que reflejan la energía veraniega.

En definitiva, el verano en el hemisferio sur se nutre de las corrientes globales, especialmente de las colecciones cruceo, pero las adapta a su propia cultura y clima. La tendencia actual combina funcionalidad, comodidad y estética: zapatos que puedes llevar todo el día y accesorios que transforman lo sencillo en extraordinario.

EL CUERO TRENZADO, EL YUTE, LA RAFIA Y EL ESPARTO SON LOS MATERIALES EN TENDENCIA EN ESTE VERANO 2026.



EL PODER DE LA EXCELENCIA ESTÁ EN ESAN

TOP 1

Ranking Merco Empresas
2025 - Sector Educación

+15

Carreras
Universitarias

+130

Convenios Internacionales

+10

Dobles Grados

Conoce más aquí



COMPLETA TU CARRERA
EN 5 AÑOS CON **2 DOBLES GRADOS**



FIORELLA MONTELLANOS

EL ARTE DE NO ELEGIR UN SOLO CAMINO

Música, diseño y emprendimiento conviven en una misma voz creativa que entiende el arte como un territorio sin fronteras.



La creatividad no siempre responde a una sola disciplina. Para algunas artistas, nace del cruce constante entre lenguajes, emociones y necesidades personales. En el caso de Fiorella Montellanos, la música fue el punto de partida, pero nunca el límite. La inquietud, la ener-

gía y el aburrimiento frente a lo único la empujaron naturalmente a explorar otras ramas del arte, entendiendo que todas —en algún momento— se conectan.

La música abrió la puerta. El diseño la expandió. Y el emprendimiento le dio forma concreta a una visión que

necesitaba materializarse. Así nace un proceso creativo que no responde a tendencias sino a una necesidad profunda de expresión. No siempre verbal: muchas veces son las piezas, las colecciones, los sonidos, los gestos los que comunican aquello que no se dice con palabras.

LA CREATIVIDAD COMO FORMA DE VIDA

Fiorella construye cada proyecto desde una conexión emocional y espiritual. El blues, el jazz, la salsa y la herencia familiar aparecen como hilos invisibles que sostienen la identidad creativa. No se trata de buscar inspiración afuera, sino de observar con atención lo que la vida va mostrando. Viajes, ciudades, vínculos y etapas personales la inspiran profundamente.

Emprender en moda también implica aprender a soltar el control y eso Fiorella lo aprendió con FMO'D, su firma de ropa. A medida que esta fue tomando forma, trabajar con equipos, gestionar personas y atravesar conflictos se volvió parte del proceso creativo. En ese camino, su mayor lección fue entender que no todo depende de uno mismo, y que la empatía es tan importante como la disciplina para sostener un proyecto en el tiempo.

El mensaje final es claro: Fiorella invita a mantenerse curiosos, mirar hacia las raíces, valorar el arte local y confiar en la propia visión. Porque cuando el arte se vive —y no solo se ejecuta— la versatilidad deja de ser un riesgo y se transforma en fortaleza.

EN FMO'D, CADA COLECCIÓN REFLEJA UNA ETAPA VITAL DISTINTA: CREAR ES, TAMBIÉN, UNA FORMA DE AUTOBIOGRAFÍA.

“EL ARTE TIENE MILES DE RAMAS Y, CUANDO TE GUSTA CREAR, TODAS TERMINAN UNIÉNDOSE”.



Scotiabank®

Compra en **7 Meses** sin Intereses

en **TODAS** las tiendas del Boulevard de Asia y en **TODOS** los Centros Comerciales con tu **Tarjeta de Crédito Scotiabank**.

Más información en: www.scotiabank.com.pe



TE CUESTA
TCEA

TCEA máxima:
261.11%

Tarjeta de Crédito Aadvantage Infinite: TCEA máxima referencial calculada con la TEA máxima de 112.99% para un consumo de S/1000 a 12 meses, el cliente pagará cuotas decrecientes de S/126.09. Total de intereses S/471.08, Membresía Anual S/ 720 (cobrada en el mes 12) y Seguro de Desgravamen mensual 0.35% de la deuda promedio diaria (Máx. \$5.41), según tarifario vigente. Factor de amortización de 24 meses.



COMPROMISO
Hablemos
más simple

Condiciones de la promoción: Promoción válida pagando al 100% con Tarjeta de Crédito Scotiabank. Promoción válida del 01 de enero al 28 de febrero 2026. Aplica para compras presenciales y virtuales (Web y online). Válido en todas las tiendas que se encuentran dentro de Centros Comerciales a nivel nacional y en sus tiendas virtuales (web y app). La tasa de interés compensatoria efectiva anual (TEA) de 0% aplica solo para compras financiadas en 7 cuotas. Aplica para pases a 7 cuotas en el App Scotiabank procesados en la vigencia de la campaña. En caso el cliente no realice el pago mínimo exigible hasta la fecha de vencimiento que señala su estado de cuenta se devengarán los intereses moratorios y compensatorios vencidos conforme al tarifario vigente. Scotiabank no es responsable por los productos adquiridos en marco del beneficio, en el comercio respectivo.

ITF 0.005%. Para más información sobre tasas, comisiones, gastos, y demás condiciones, consulte el tarifario en la red de agencias Scotiabank o en www.scotiabank.com.pe. Toda referencia a SCOTIA o Scotiabank se refiere a Scotiabank Perú S.A.A.RUC: 20100043140 ®Marca registrada de The Bank of Nova Scotia.

CARLOS CARLÍN

“ESTA HISTORIA ME ESCOGIÓ A MÍ”

En exclusiva desde Italia, Carlos Carlín comparte cómo la obra teatral “La Tribu” se transformó en película, el fuerte lazo con el elenco que dio vida a la historia y el regreso de la obra a Lima para su última y emotiva temporada en la capital.

Por Daniella Bejarano Sangama



Desde un pequeño pueblo cerca de Génova, rodeado de montañas y escenarios que parecen sacados de una película, Carlos Carlín habla con una mezcla de asombro y gratitud. Está en Italia rodando “La Tribu”, la versión cinematográfica de la obra que nació en el teatro y que hoy se expande hacia la pantalla grande. “Es un sueño del que todavía no aterrizamos quienes empezamos este proyecto”, confiesa. Y no es

una frase hecha: para él, esta película representa el punto más alto de un proceso creativo que comenzó casi sin proponérselo.

Todo empezó cuando Ítalo Cordano y Bruno Ascenso se acercaron con el texto para llevarlo al teatro. Lo que siguió fue, según Carlos, una cadena de coincidencias que parecen escritas por el propio destino. “La obra encontró a su elenco. No al revés. Encontramos un elenco perfecto para esta historia”. El

CARLOS CARLÍN
VIVE UNA
EXPERIENCIA
PERSONAL Y
PROFESIONAL
CLAVE CON EL
RODAJE DE LA
TRIBU EN EUROPA.

éxito de las dos primeras temporadas confirmó que había algo especial entre manos. Ahora, con una tercera temporada y el salto al cine, “La Tribu” se consolida como un proyecto que no deja de crecer.

Para Carlín, el impacto fue inmediato. “Cayó en mis manos un texto que me reconcilió con el teatro de texto”, recuerda. Venía de un momento en el que se sentía algo distante del formato tradicional, hasta que apareció Silvano, su papel en “La Tribu”, el personaje que hoy lo acompaña incluso mientras habla, todavía caracterizado después de una jornada de rodaje.

“Lo que dice la obra, lo que dice el texto, es muy potente”, señala. La Tribu habla de reconciliación familiar, pero también de algo más amplio. “Lo podemos trasladar a la reconciliación del país, incluso del mundo, en un momento donde todo está tan polarizado”, dice, convencido de que esa es una de las razones por las que el proyecto conecta con públicos tan distintos.

DEL ESCENARIO A LA PANTALLA GRANDE

El paso del teatro al cine no fue casual. Bruno Ascenso, además de director teatral, es también director y guionista de cine, y desde el inicio tuvo clara la posibilidad de llevar la historia a otro formato. “Es una historia muy sólida”, explica Carlos. Y lo confirma con una anécdota reveladora: “Muy pocas veces me ha pasado que, al salir de una obra, la gente se quede discutiendo entre ellos. Padres, hijos, familias enteras conversando sobre lo que acaban de ver. Eso no es común”.

Esa reacción del público fue una señal. Si en el teatro ya generaba conversación, el cine permitiría llevar la historia aún más lejos. “Ahora la gente va a ver más de lo que ha visto en el teatro. Con primeros planos, escenarios naturales, una poética visual muy bonita. Es una suerte y una bendición poder filmar en Italia”.

UN VIAJE TAMBIÉN INTERIOR

En esta parte del rodaje, Carlos es el único actor que viaja a Europa. Su personaje emprende un viaje para reencontrarse con su padre, enterrado en Italia. "Es mi viaje. El viaje interior de mi personaje. Para mí ha sido súper emocionante y emotivo". Esa experiencia, además, se trasladará de manera directa al escenario cuando vuelva a Lima. "Voy a llegar a la obra con otra carga. Ya no es solo interpretativo, es vivencial".

La adaptación cinematográfica ha sumado nuevas capas a la historia. "El guion para el cine ha aportado más. Por eso, incluso quienes ya han visto la obra varias veces, no se van a cansar. Van a descubrir nuevas lecturas", comparte.

EL ELENCO: UNA FAMILIA REAL

Si hay algo que Carlín repite con emoción es la fuerza del elenco. "Las obras escogen a sus elencos. Y esta obra escogió al suyo". Él mismo admite que, al inicio, no pensaba participar. "Yo no iba a estar. No quería. Pero por el cariño, por el texto, por cómo me gusta trabajar con Bruno e Ítalo, acepté. Y fue maravilloso".

Con los años, el grupo se convirtió en algo más que un equipo de trabajo. "Se ha armado como una familia.

Como una tribu de verdad". Recuerda celebraciones, salidas improvisadas, caminatas por la calle cantando, risas compartidas. "Somos un elenco súper unido. Y eso se siente en escena".

FILMANDO UN SUEÑO

Italia no es solo una locación. Es parte del alma de la película. Están filmando en el pueblo original del abuelo de Ítalo, lo que añade una capa emocional al proyecto. "El alcalde nos ha recibido. Estamos viviendo un sueño muy bonito. A veces nos miramos y decimos: ¿qué hacemos acá? ¿Cómo llegamos aquí?".

Más allá de lo técnico, hay algo que Carlín valora especialmente: las personas. "Estoy rodeado de gente no solo talentosa, sino valiosa como personas. En el elenco y en la producción. Con los años, eso es lo que más valoras".

LO QUE VIENE

Mirando hacia adelante, Carlos no pide otra cosa que seguir actuando. "Siempre nuevos personajes. Más retos. Más cine, más teatro. Estar cómodo haciendo lo que me gusta hacer". Después de más de tres décadas de carrera, su deseo es simple y profundo: "Disfrutar. Estar acá, aprender de mis compañeros, de mis socios en este proyecto. Eso quiero más".



"ESTE PROYECTO ES UN SUEÑO DEL QUE TODAVÍA NO ATERRIZAMOS"



FOTOS EXCLUSIVAS DEL RODAJE DE 'LA TRIBU' EN ITALIA.

ÚLTIMA TEMPORADA EN LIMA: INICIA EL 19 DE FEBRERO

Mientras la película toma forma, La Tribu se prepara para su última temporada en el teatro en Lima. El regreso será el 19 de febrero, con funciones por seis semanas.

Para Carlos, este cierre tiene un sabor especial. "Es una despedida, pero también una celebración. Queremos concentrarnos en el lanzamiento de la película, pero también tenemos ganas de girar con la obra por el interior del país. Faltan espacios, faltan espectáculos. Hay público que también merece ver estas historias".



DUPLA QUE INSPIRA

Una historia de amistad, trabajo y sueños compartidos. Dos amigas que crecieron juntas y hoy se acompañan en el desafiante —y poderoso— camino del emprendimiento femenino.

Por Arianna Gonzales

En un mundo donde el éxito suele contarse en cifras y logros individuales, hay historias que se construyen desde otro lugar: el de la compañía, la lealtad y la confianza absoluta. La de Miranda Salaverry y Alessandra Penny es una de ellas. Se conocieron siendo adolescentes, cuando la vida todavía era una promesa, y hoy, años después, siguen caminando juntas, ahora como emprendedoras.

Más que amigas, son una red de apoyo real: estuvieron presentes en los inicios de cada uno de sus negocios, compartiendo madrugadas, errores, aprendizajes y también celebraciones. En esta entrevista, reflexionan sobre el valor de la amistad entre mujeres, el detrás del emprendimiento sin filtros y la importancia de crecer acompañadas, especialmente en fechas como San Valentín, donde el amor también puede tener forma de amistad.

Cada una lidera un negocio en industrias distintas. ¿Cómo describirían el impacto que ha tenido su amistad en su crecimiento personal y profesional?

Alessandra: Nuestra amistad ha sido clave para nuestro crecimiento. Nos hemos acompañado desde los primeros pasos. Cuando Miranda abrió un pequeño estudio de maquillaje, ella hacía todo y no se daba abasto. Ahí, tomé el rol de asistente y me pasaba los sábados lavando brochas, ofreciéndole agua a las clientas y ayudándola a contestar los mensajes mientras ella maquillaba.

Miranda: Cuando Alessandra lanzó su emprendimiento, se desvelaba constantemente haciendo tortas en la cocina de su casa. Tomé el rol de asistente de cocina y pasaba mis madrugadas haciendo manjar blanco en la cocina de Ale, repartiendo las tortas en la mañana en el carro de su mamá. Hemos estado juntas desde el inicio. Ver a la otra esforzarse, fracasar, levantarse y volver a intentar ha sido una inspiración constante. Fuimos y somos la compañía y el soporte de la otra.



“UNA AMISTAD SOSTIENE, ACOMPAÑA, AYUDA. SI LO VES DE OTRA PERSPECTIVA, ES UN TIPO DE AMOR: ES EL AMOR QUE TE RECUERDA QUIÉN ERES CUANDO DUDAS Y QUE CELEBRA TUS LOGROS COMO PROPIOS”.







**DESCUBRA NUESTRA NUEVA COLECCIÓN,
COMPLETAMENTE DISEÑADA EN ITALIA
Y PRODUCIDA POR NATUZZI DESDE 1959.**

**VISITE NUESTRA TIENDA
NATUZZI EDITIONS PERÚ**

AVENIDA PRIMAVERA 601, CHACARILLA - LIMA +51 1 4013179

  @natuzzieditionsperu

NATUZZI
EDITIONS

En un mundo tan competitivo como el emprendimiento, ¿qué rol juega la amistad entre mujeres como red de apoyo y motor para seguir adelante?

Alessandra: La amistad entre mujeres es un refugio y un motor. No se trata de competir, sino de acompañarse y sobre todo potenciarse.

Miranda: Saber que tienes a alguien que entiende exactamente por lo que estás pasando —los miedos, el cansancio, las dudas— cambia todo. Nosotras somos prueba de que cuando una mujer apoya a otra, ambas crecen más fuertes.

¿Cómo se acompañan en los momentos difíciles del negocio —los miedos, los errores o los días en los que todo parece cuesta arriba—?

Alessandra: Nos acompañamos estando presentes de verdad. Escuchándonos sin juzgar, recordándonos por qué empezamos y dándonos consejos honestos. Hemos pasado noches largas trabajando juntas, cocinando, hablando y apoyándonos cuando todo parecía agotador.

Miranda: Hay una confianza absoluta. Sabemos que podemos contarle todo a la otra y que siempre habrá una respuesta que nos calme y nos ayude a ver con más claridad. Confiamos mucho en el criterio de la otra.

Si tuvieran que definir su amistad en una sola palabra o frase, ¿cuál sería y por qué?

Miranda: Hermandad. Porque nos hemos elegido en cada etapa de nuestra vida, nos hemos visto crecer, equivocarnos, soñar y volver a empezar juntas.

En su faceta de emprendedoras, ¿de qué manera sienten que están construyendo comunidad más allá de vender un producto o servicio?

Alessandra: Más que vender, buscamos inspirar. Queremos mostrar que es posible emprender siendo jóvenes, siendo reales y sin dejar de ser una misma. Está bien caerse. Nosotras lo

hacemos constantemente y lo contamos en redes con mucha gracia y ligereza.

Miranda: Construimos una comunidad compartiendo nuestros procesos, nuestros aprendizajes y nuestras historias, para que otras mujeres se sientan acompañadas y capaces de creer en sus propios sueños.

¿Creen que el éxito se vive diferente cuando se comparte con una amiga que entiende el proceso, los sacrificios y los sueños detrás del camino de emprender?

Alessandra: Totalmente. El éxito se vuelve más lindo e importante cuando lo compartes con alguien que conoce el sacrificio que hubo detrás. Celebrar con una amiga que se desveló con la otra trabajando, apoyándola en los días difíciles y en toda la incertidumbre, hace que cada logro tenga un significado mucho más grande.

MIRANDA ES MAQUILLADORA, FUNDADORA DE AURA — UNA CONSULTORA DIRIGIDA A BEAUTY RETAILS — Y DE “MIRANDA BEAUTY STUDIO”, UN ESTUDIO DE MAQUILLAJE ESPECIALIZADO EN NOVIAS. POR SU PARTE, ALESSANDRA ES CREADORA DE “ALESSANDRA PENNY”, LA MARCA DE POSTRES QUE VOLVIÓ VIRALES LOS FAMOSOS “CUCHAREABLES”.

EL TIEMPO LES PERMITIÓ DARSE CUENTA QUE LA SUYA NO ERA UNA AMISTAD PASAJERA: HAN CRECIDO JUNTAS EN TODAS LAS ETAPAS DE SUS VIDAS.





En fechas como San Valentín, donde el foco suele estar en el amor romántico, ¿por qué creen que es importante visibilizar la amistad como una forma poderosa de amor?

Miranda: La amistad a veces puede percibirse superficial y para nosotras es todo lo contrario. Una amistad sostiene, acompaña, ayuda. Si lo ves de otra perspectiva, es un tipo de amor: es el amor que te recuerda quién eres cuando dudas y que celebra tus logros como propios. Visibilizar la amistad es reconocer que no solo el amor romántico construye historias profundas. El amor de amigas puede ser tu lugar seguro también.

¿Qué han aprendido la una de la otra como mujeres, amigas y emprendedoras a lo largo de este camino compartido?

Alessandra: Hemos aprendido a ser más valientes, más responsables y más empáticas. Una ha aprendido de la otra, a confiar en sus decisiones, a emprender sin miedo y a escuchar su intuición.

¿Qué mensaje les gustaría dejar a otras mujeres que sueñan con emprender?

Miranda: Que no tengan miedo de empezar. Nunca es demasiado temprano ni demasiado tarde. Que confíen en su intuición, que se rodeen de personas que las impulsen y que entiendan que el camino no es perfecto, pero sí transformador. Todo lo que te propones, con trabajo y constancia, se puede construir.

PRODUCCIÓN:

The Branded Lab (@thebrandedlab.pe)

FOTOGRAFÍA:

Andrés Espinoza (@andresespinozafoto)

ASISTENTES DE FOTOGRAFÍA:

Yuri Russo y Jesús Álvarez.

VIDEO:

Fabiola Paredes (@its.faabs)

DIRECCIÓN DE ARTE Y STYLING:

Guillermo Alvarez (@elpibedeguille)

HAIRSTYLE:

Ivone Chavez (@ivonebeauty)

MAKEUP:

Silvia Fernanda (@silviafernandaa)

AGRADECIMIENTOS DE STYLING:

Intimoda (@intimoda_peru); ECRU (@ecru.brand); Dua Blend (@duablend); Capittana (@capittana); The Showroom (@theshowroom-peru).



freeze
por
inmater

Congela tus óvulos hoy
y continúa con tus planes

#freeze&befree

¡Empieza hoy! Pregunta por **nuestras promociones***

📷 @Inmaterfertilidad

📘 Inmater Fertilidad

🌐 Inmater.pe

Contacto:

+(51) 960 617 162

informes@inmater.pe

¡MÁS INFORMACIÓN AQUÍ!



*Válido solo para el programa Inmater Contigo. Ver términos y condiciones en inmater.pe.

**DR.
ABRAHAM**
ABRAMOVITZ

CUANDO LA SALUD SE CONVIERTE EN LIDERAZGO

Desde Doktuz hasta Dr. CEO, el Dr. Abraham Abramovitz ha construido un ecosistema que conecta medicina, bienestar, tecnología e imagen bajo un mismo criterio clínico



Bajo la visión del Dr. Abraham Abramovitz, Doktuz forma parte de la comunidad de Empresas B Certificadas, un movimiento global que concibe la empresa como un sistema vivo. Una filosofía que busca cuidar la salud de las personas, de las organizaciones y del entorno, entendiendo que prevenir también es una forma de liderazgo y que los sistemas, como el cuerpo, deben protegerse antes de enfermar.



Su trayectoria combina medicina, emprendimiento y liderazgo. ¿Cómo nace su visión de crear un ecosistema integral que conecte salud, bienestar, tecnología e imagen bajo un mismo criterio médico?

Esta visión nace de la práctica médica y de observar una gran fragmentación en la forma en que entendemos la salud. Muchas veces se trata el cuerpo por un lado, la mente por otro, la imagen por otro y el trabajo o liderazgo como si no tuvieran relación. Como médico, eso nunca tuvo sentido.

Con los años entendí una idea simple pero poderosa: curar el sistema de salud de su propia enfermedad. La verdadera salud se construye cuando existe coherencia entre prevención, bienestar, autoestima, claridad mental y entorno. Ahí nace la idea de un ecosistema: aplicar un criterio médico único a todo lo que impacta en la vida de una persona, desde su seguridad y prevención hasta cómo se ve, cómo se siente y cómo toma decisiones.

Doktuz, Alive Wellness Center, Hair8, Doktuz Plus y tu libro Dr. CEO forman parte de una misma arquitectura. ¿Cómo dialogan entre sí para ayudar a las personas a alcanzar su máximo potencial físico, mental y profesional?

Todos estos proyectos responden a una misma misión: ayudar a las personas a alcanzar su máximo potencial. Doktuz se enfoca en la salud colectiva, la prevención y la respuesta oportuna; Alive Wellness Center acompaña el bienestar físico y mental; Hair8 trabaja la imagen y la constancia como parte de la autoestima; Doktuz Plus integra tecnología con criterio médico; y Dr. CEO traduce todo ese aprendizaje al mundo del liderazgo y la toma de decisiones. No son iniciativas aisladas, sino capas de un mismo sistema. Cada una actúa en un momento distinto de la vida de una persona, pero todas buscan lo mismo: que la salud sea un habilitador de una mejor vida, no solo la ausencia de enfermedad.

Habla de una visión 360° de la salud. ¿Qué significa, en la práctica, pasar de un modelo reactivo a uno preventivo e integral?

En la práctica significa dejar de esperar a que algo falle para recién intervenir. Un modelo preventivo observa hábitos, contexto, entorno, carga mental y riesgos antes de que se conviertan en un problema. Una visión 360° implica entender que la salud no empieza en una emergencia ni termina en una consulta. Empieza en la prevención, en la educación,



1. LA FILOSOFÍA DEL DR. ABRAHAM ABRAMOVITZ NACE DE LA ESCUCHA: ACOMPAÑAR A CADA PACIENTE A LLEGAR A SU MEJOR VERSIÓN, POTENCIANDO SU BELLEZA NATURAL Y BIENESTAR DESDE LO QUE YA ES.
2. DR. ABRAHAM ABRAMOVITZ HACE LANZAMIENTO DE SU NUEVO LIBRO DR. CEO UNA GUÍA PARA LÍDERES EMPRESARIALES.

CUIDAR LA SALUD HOY ES INVERTIR EN CLARIDAD, ENERGÍA Y CAPACIDAD DE LIDERAZGO MAÑANA

en el acompañamiento y en la creación de entornos seguros. Cuando integras todo eso, reduces riesgos, mejoras calidad de vida y permites que las personas funcionen mejor en todos los ámbitos.

En espacios como Asia, donde convergen estilo de vida, alto rendimiento y seguridad, ¿qué rol cumple Doktuz como aliado estratégico en salud y prevención?

En Asia, Doktuz cumple un rol clave: brindar tranquilidad. Tranquilidad a las familias, a los residentes y a los gestores de estos espacios. Saber que existe un sistema médico profesional, con protocolos claros y respuesta rápida, permite que las personas disfruten y vivan mejor. Además, estos entornos son ideales para hablar de prevención. No se trata solo de atender emergencias, sino de



ciparlas, educar y generar una cultura de cuidado. Doktuz se convierte así en un aliado estratégico que cuida personas y protege decisiones.

Más allá de los servicios y productos, ¿qué impacto te gustaría generar en la forma en que las personas y las organizaciones entienden hoy el cuidado de su salud y su liderazgo personal? Me gustaría que la salud deje de verse como un gasto o una reacción tardía y se entienda como una estrategia de vida y de liderazgo. Cuando una persona está bien, decide mejor. Cuando un líder está bien, su entorno mejora.

El impacto que busco es cultural: que las personas y las organizaciones comprendan que invertir en salud, bienestar y prevención es invertir en claridad, rendimiento y sostenibilidad a largo plazo. Ese cambio de mentalidad es, para mí, el verdadero éxito.

¿TU HIJO ESTÁ PREPARADO PARA UN MUNDO QUE CAMBIA MÁS RÁPIDO QUE TÚ?

Fairuz Saba y Bruno Espinoza, directores de los Colegios Villa Caritas y San Pedro, nos hablan de cómo la educación acompaña a las familias en la formación de hijos con valores, criterio, libertad responsable y sentido humano.

Vivimos en una época marcada por la tecnología, la inteligencia artificial y una velocidad de cambio sin precedentes. Nuestros hijos crecerán y se desenvolverán en un mundo que aún no conocemos del todo, con profesiones que todavía no existen y desafíos éticos cada vez más complejos. Frente a este escenario, surge una pregunta inevitable para los padres: ¿qué tipo de educación necesitan hoy para enfrentar el futuro con seguridad y criterio?

La respuesta va mucho más allá de aprender a usar tecnología o alcanzar altos resultados académicos. En un entorno donde la información es abundante pero el sentido escasea, educar implica formar personas capaces de pensar, discernir y tomar decisiones responsables.

El verdadero sentido del conocimiento no está solo en lo que permite hacer, sino en quiénes nos ayuda a ser. Cuando el saber no se integra con una formación sólida del carácter, pierde orientación. Educar implica trabajar la interioridad, la libertad responsable, el discernimiento, la perseverancia, la justicia y el bien común. Esta formación se construye en lo cotidiano, comienza en el hogar y se fortalece en una comunidad educativa coherente, donde familia y colegio acompañan juntos el crecimiento de cada estudiante.

Desde esta clara convicción, compartimos algunas recomendaciones de los Directores de los Colegios Villa Caritas y San Pedro, como una invitación a seguir construyendo juntos una forma-

ción que ponga siempre a la persona en el centro.

¿Qué pueden hacer los padres desde casa?

- **Trabajar juntos colegio - casa.** Los padres son los primeros educadores. A través de espacios de diálogo permanente, encuentros formativos y una comunicación cercana, se construye una alianza real entre familia y escuela, basada en la coherencia y el acompañamiento mutuo.
- **Brindar libertad con responsabilidad.** Esto les permite a los niños y jóvenes tomar decisiones coherentes aún en contextos y situaciones adversas.
- **Reforzar virtudes claves.** La fortaleza y perseverancia, para afrontar la frustración y el esfuerzo; así como la justicia y solidaridad, para mirar la realidad con sensibilidad social.
- **Reforzar la capacidad de diálogo y encuentro.** Especialmente en un mundo polarizado donde la búsqueda del bien personal muchas veces se sobrepone al bien común.
- **Ser coherentes.** Los hijos aprenden más del ejemplo que del discurso. Vivir los valores es la primera lección.
- **Permitir el error.** Equivocarse, frustrarse y volver a intentar fortalece la resiliencia y la perseverancia.



- **Cuidar el tiempo compartido.** Crear espacios reales de conversación, escucha y reflexión sin distracciones.
- **No facilitar todo.** El esfuerzo, la espera y asumir consecuencias enseñan responsabilidad y tolerancia a la frustración.
- **Acompañar el uso de la tecnología.** Enseñar a usarla con criterio, límites y sentido, sin reemplazar el encuentro humano.

Educar hoy no es proteger a los hijos de toda dificultad, sino prepararlos para enfrentarla. El verdadero éxito no consiste solo en saber más, sino en ser mejores personas, capaces de construir un proyecto de vida con sentido en un mundo cambiante e incierto.

BRUNO ESPINOZA
Y FAIRUZ SABA,
DIRECTORES DE
LOS COLEGIOS
SAN PEDRO Y
VILLA CARITAS.

CENTRO PSICOLÓGICO AILAR EL VALOR DEL ACOMPAÑAMIENTO EMOCIONAL



Desde La Molina, Centro Psicológico Ailar propone un modelo de acompañamiento que integra persona, familia y entorno. En entrevista, su directora clínica Antonella Rozas detalla los pilares de esta mirada.

Hablar hoy de salud mental implica entender que el bienestar emocional no ocurre en aislamiento. Personas, familias, contextos y vínculos forman parte de una misma red que influye directamente en cómo se viven las emociones, los conflictos y los procesos de cambio. Bajo esa mirada nace Centro Psicológico Ailar, un espacio de acompañamiento emocional ubicado en La Molina, que propone una forma cercana, humana y profundamente personalizada de abordar la salud psicológica en cada etapa de la vida.

El proyecto nació de la iniciativa de Antonella Rozas Tarazona, psicóloga clínica y directora clínica del centro,

como resultado de un recorrido tanto profesional como personal que definió su mirada sobre la salud emocional. Luego de completar sus estudios de pregrado y posgrado en Estados Unidos y retornar al Perú, Antonella detectó una necesidad concreta: "La visión que dio origen a Ailar fue crear un espacio que combine cercanía humana, sostenida por un criterio profesional", señala.

Desde su concepción, Ailar se ha definido como un centro que acompaña a niños, adolescentes, adultos, parejas y familias, entendiendo que cada etapa de la vida trae desafíos particulares, pero también oportunidades de crecimiento. "Acompañar a las personas en

distintas etapas nos permite tener una mirada integral, entendiendo que lo que vive uno impacta en todo el sistema familiar", señala Rozas.

UN ENFOQUE SISTÉMICO QUE INTEGRA FAMILIA Y ENTORNO

Uno de los pilares del centro es el enfoque sistémico, que reconoce que las personas se desarrollan emocionalmente en constante interacción con su entorno. En el trabajo con niños y adolescentes, este enfoque se concreta en un acompañamiento integral que incluye a padres o cuidadores, mediante espacios de seguimiento, orientación y trabajo conjunto. "En estos casos, incorporamos activamente a la familia

PRIMERA FILA:
ISABELLA COLARETA,
ANTONELLA ROZAS,
MELISSA VELASQUEZ
SEGUNDA FILA:
JANICE HEMMERDE,
ALEJANDRO RAISER,
ATHAMAICA SIERRA,
VITTORIO ARRESE,
MARÍA GRAZIA
IGLESIAS



como parte del proceso terapéutico”, explica Antonella.

Asimismo, cuando el caso lo requiere, establecemos un trabajo conjunto con los colegios, buscando coherencia entre el hogar, el entorno educativo y el espacio terapéutico. De esta manera, el acompañamiento no se limita al consultorio, sino que se extiende al hogar y al entorno educativo.

En el caso de personas adultas, este enfoque permite comprender cómo la historia personal, las relaciones y el contexto influyen en el bienestar emocional. De forma consensuada, también existe la posibilidad de incorporar a personas significativas del entorno cuando ello resulta beneficioso para el proceso terapéutico.

ATENCIÓN PERSONALIZADA COMO EJE DEL MODELO

Cada proceso en Ailar comienza con una escucha profunda. La entrevista inicial es un espacio de contención y comprensión. “Este primer encuentro busca generar confianza, entender la situación y definir juntos el mejor plan de acompañamiento”, señala Rozas. A partir de ahí, se asigna al profesional más adecuado según el caso, la etapa de vida y las necesidades específicas, construyendo un plan de trabajo con objetivos claros y seguimiento continuo.

EQUIPO ESPECIALIZADO Y EN CONSTANTE FORMACIÓN

La calidad del equipo es uno de los factores clave para generar confianza. En Ailar, la selección de especialistas responde a criterios rigurosos que consideran no solo la formación académica, sino también la calidad humana y el compromiso ético. “Todos nuestros profesionales cuentan con posgrados y formación especializada, y promovemos espacios permanentes de supervisión, reflexión clínica y actualización”, explica Antonella. Esta cultura de aprendizaje continuo fortalece la coherencia del modelo y asegura altos estándares de atención.

ACOMPANIAMIENTO A FAMILIAS INTERNACIONALES Y DE EMBAJADAS

Otro diferencial del centro es la atención en inglés, un servicio especialmente valioso para personas y familias cuyo idioma principal es este. Poder llevar el proceso terapéutico en el idioma de mayor dominio facilita una expresión emocional más precisa, fortalece el vínculo terapéutico y permite un abordaje más profundo desde las primeras sesiones, garantizando así un acompañamiento clínico más efectivo y personalizado.

El centro cuenta además con una amplia experiencia en el trabajo con familias extranjeras y vinculadas a

embajadas, comprendiendo las particularidades emocionales, culturales y de adaptación que estos contextos implican. Este enfoque permite ofrecer un acompañamiento sensible a los procesos de transición, movilidad y cambio, posicionando al centro como un referente para comunidades internacionales que buscan apoyo psicológico profesional en el país.

Desde la experiencia clínica, Antonella es clara sobre la importancia de llegar a tiempo. “Un acompañamiento psicológico oportuno tiene un impacto preventivo. Permite abordar las dificultades antes de que se intensifiquen y favorece que las personas y familias adquieran herramientas para atravesar los desafíos de forma conjunta”, afirma.

En Ailar, pedir ayuda se entiende como un acto de autocuidado y responsabilidad emocional. Un primer paso que no solo beneficia a quien consulta, sino que impacta positivamente en su entorno y en la calidad de sus vínculos.

Con una propuesta que integra rigor clínico, cercanía humana y una mirada sistémica, Centro Psicológico Ailar se consolida como un espacio de referencia para quienes buscan un acompañamiento emocional respetuoso, especializado y profundamente personalizado en cada etapa de la vida.

ANTONELLA ROZAS, DIRECTORA CLÍNICA DE AILAR, LIDERA UN MODELO DE ACOMPAÑAMIENTO EMOCIONAL INTEGRAL.

ALTMONT MODERN DE VICTORINOX

VOLVER A LA VIDA EJECUTIVA CON ESTILO Y FUNCIONALIDAD



Con la colección Altmont Modern, Victorinox propone una solución versátil para acompañar el ritmo urbano, combinando organización inteligente, seguridad y diseño contemporáneo.

La rutina ya no es lineal. Hoy, el día puede empezar en casa, continuar en una reunión presencial, pasar por un café entre traslados y terminar frente a una pantalla en otro punto de la ciudad. En ese contexto, los accesorios dejan de ser un complemento para convertirse en aliados reales del movimiento diario. Bajo esa lógica, la marca suiza Victorinox presenta Altmont Modern, una colección diseñada para acompañar la vida urbana con funcionalidad, diseño y una mirada contemporánea sobre el trabajo y la movilidad.

Más que una mochila, Altmont Modern propone una forma de organizar el día. Cada pieza ha sido pensada para responder a una rutina híbrida, donde lo personal y lo profesional conviven en un mismo espacio —y en un mismo accesorio— sin fricciones. El diseño sobrio permite moverse con naturalidad entre distintos escenarios, mientras que la estructura interna asegura que todo tenga su lugar.

UNA ORGANIZACIÓN PENSADA PARA EL RITMO URBANO

Uno de los grandes diferenciales de la colección es su organización inteligente. La funda extraíble para laptop de hasta 15.6 pulgadas facilita los desplazamientos entre casa, oficina y reuniones externas, mientras que los compartimentos de acceso rápido, el bolsillo para audio, el soporte para lentes y la organización ejecutiva permiten mantener el orden incluso en los días más dinámicos.

A ello se suman detalles que elevan la experiencia: cierres bloqueables para mayor seguridad, portallaves, bolsillos estratégicos y elementos reflectantes que aportan visibilidad en desplazamientos urbanos. Todo está pensado para que el usuario pueda concentrarse en su agenda, sin preocuparse por el desorden o la falta de protección de sus objetos personales.

DURABILIDAD COMO SELLO

Más allá de la funcionalidad, Altmont

Modern incorpora una mirada responsable. La colección está elaborada con poliéster reciclado (rPET) resistente al agua y cuenta con forros con tecnología antimicrobiana SILVADUR™, que ayuda a mantener la higiene en el uso cotidiano. Esta combinación refuerza una idea clave: hoy, el diseño también implica tomar decisiones conscientes.

En términos estéticos, la colección apuesta por una paleta neutra y elegante —negro, blanco piedra y azul marino— que dialoga con distintos estilos de vestir y contextos laborales. Con diez estilos disponibles, cada usuario puede encontrar la versión que mejor se adapte a su ritmo, sus necesidades y su forma de moverse por la ciudad.

Respaldada por una garantía de 10 años, Altmont Modern refleja el estándar de calidad que ha definido a Victorinox por más de 140 años. Una propuesta que no solo acompaña la rutina, sino que la entiende, la ordena y la hace más fluida.

CADA PIEZA HA SIDO PENSADA PARA RESPONDER A UNA RUTINA HÍBRIDA, DONDE LO PERSONAL Y LO PROFESIONAL CONVIVEN EN UN MISMO ESPACIO.

ZAFIRA | INMOBILIARIA

CUANDO LA ARQUITECTURA SE DISEÑA A TU MEDIDA

En entrevista, Alonso Reaño Avendaño, CEO de Zafira Inmobiliaria, explica cómo la desarrolladora boutique consolida su propuesta en San Isidro y genera expectativa por su próximo proyecto residencial.

En un mercado inmobiliario cada vez más competitivo, donde muchos proyectos se parecen entre sí, diferenciarse ya no depende solo del precio o la ubicación. Hoy, el verdadero valor está en la experiencia de habitar un espacio. Bajo esa mirada se consolida Zafira Inmobiliaria, una desarrolladora boutique en San Isidro que ha construido su propuesta desde la arquitectura, el diseño y una relación cercana con cada cliente.

Fundada por el arquitecto Alonso Reaño Avendaño, Zafira nació con una premisa clara: desarrollar proyectos con alto valor arquitectónico, pensados desde la forma de vivir de quienes los habitarán. “Desde el inicio entendimos que no queríamos hacer proyectos en serie. Cada desarrollo debía tener identidad, coherencia y una arquitectura que realmente eleve el estilo de vida”, señala el CEO.

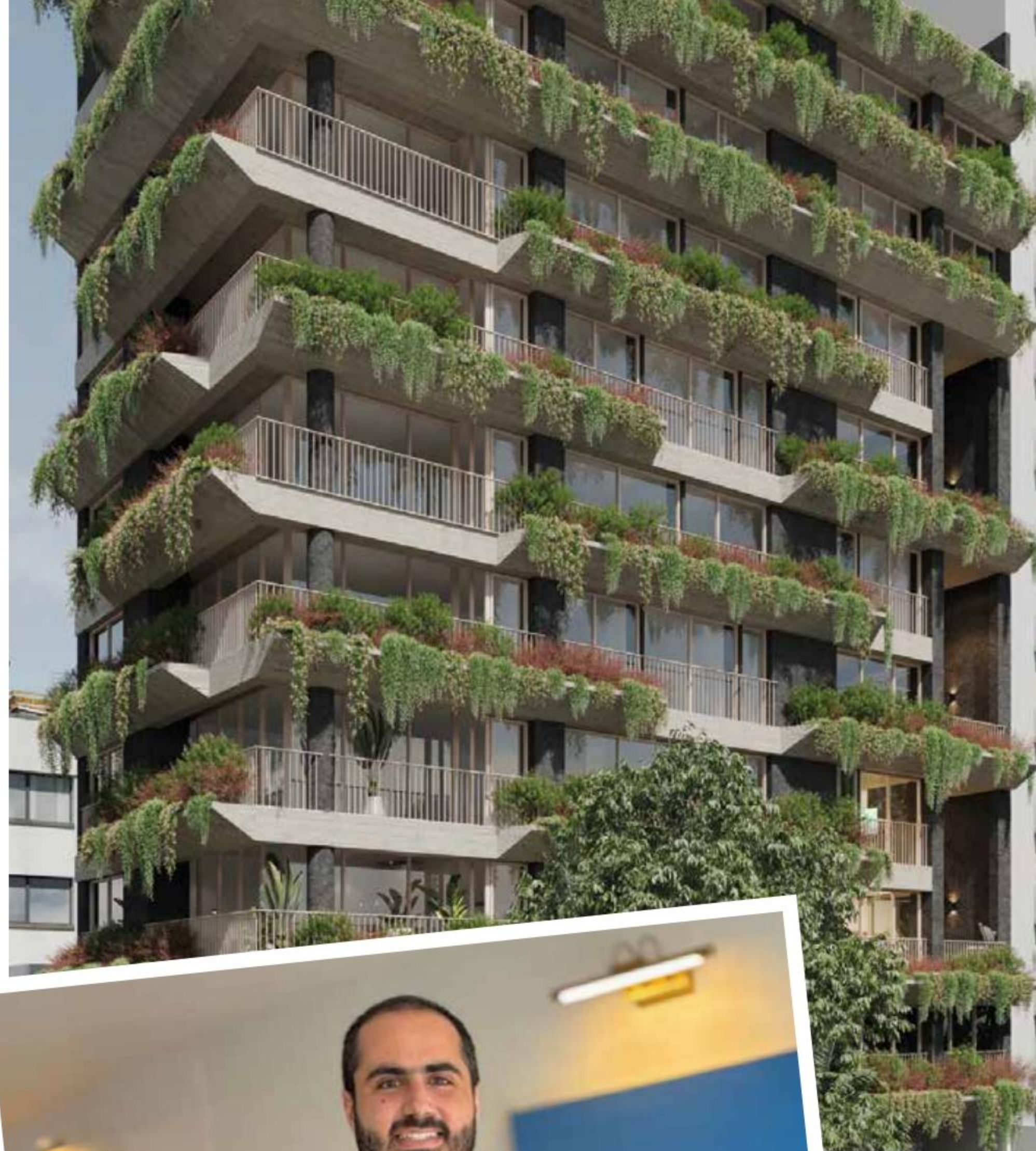
Esa evolución se refleja en la consolidación de la marca. A la fecha, Zafira viene desarrollando siete proyectos que responden a una misma línea conceptual y a una identidad boutique definida. Actualmente, cuenta con dos proyectos ya entregados —en Barranco y San Isidro—, cuatro en construcción y un séptimo próximo a lanzarse. Esta expansión no responde a una lógica de volumen, sino a una visión clara de marca: el aprendizaje acumulado en

los proyectos anteriores ha permitido profundizar en el entendimiento de su cliente y en el valor diferencial que aporta Zafira al mercado, a través de una propuesta arquitectónica cuidada, una fuerte relación del edificio con su entorno y una mirada integral sobre la calle y el barrio.

“Nos sentamos con cada cliente y diseñamos su departamento con él. Movemos muros, ampliamos ambientes, adaptamos distribuciones. Es un servicio uno a uno, sin costo adicional”, explica Reaño. Este enfoque ha permitido que la inmobiliaria alcance niveles de preventa poco habituales en el mercado, con porcentajes que superan ampliamente el promedio.

DISEÑO DE AUTOR Y COLABORACIÓN CON ARQUITECTOS RECONOCIDOS

La propuesta se fortalece con el trabajo conjunto con estudios de arquitectura de prestigio internacional como Barclay & Crousse, Nomena Arquitectos y De la Piedra Arquitectos. Estas colaboraciones permiten mantener un estándar alto de diseño, combinando la mirada experta de los estudios con el conocimiento profundo que Zafira tiene de su cliente. “Es un diálogo constante entre diseño y funcionalidad. No se trata solo de hacer algo bonito, sino de que realmente funcione para la vida diaria”, afirma el CEO.



Mirando hacia adelante, Zafira prepara un nuevo proyecto en una ubicación premium de San Isidro, que ampliará su posicionamiento y abrirá la puerta a un nuevo perfil de cliente. Sin adelantar detalles, Reaño adelanta que será un desarrollo de mayor escala, con fuerte vínculo con áreas verdes y una propuesta residencial pensada para elevar aún más la experiencia de vivir en la zona.

Zafira no solo construye edificios. Diseña espacios donde la arquitectura, el estilo de vida y la identidad personal se encuentran. Y en ese cruce, la marca sigue consolidando una forma distinta de desarrollar edificios: más cercana, más personalizada y con una visión clara de largo plazo.

ALONSO REAÑO AVENDAÑO, CEO DE ZAFIRA INMOBILIARIA, LIDERA UNA PROPUESTA BOUTIQUE QUE INTEGRA ARQUITECTURA DE AUTOR, PERSONALIZACIÓN Y UNA NUEVA FORMA DE HABITAR SAN ISIDRO

CONOCE MÁS AQUÍ:



STEFANO PESCHIERA Y
EL NUEVO AUDI Q5 LEGACY EDITION

PRECISIÓN EN EL MAR Y SOBRE RUEDAS

El medallista olímpico peruano asume un nuevo rol como embajador de Audi Perú y presenta una edición especial, el nuevo Audi Q5 Legacy Edition, que refleja disciplina, tecnología y una mentalidad orientada a la excelencia, dentro y fuera del camino.

La excelencia no se alcanza por casualidad: se construye con disciplina, constancia y pasión. Para Stefano Peschiera, esa convicción se ha forjado entre el mar, la competencia y años de preparación técnica y mental. Hoy, esa misma fuerza encuentra un nuevo espacio de expresión sobre el asfalto con Audi, en una alianza que une talento humano e ingeniería de vanguardia.

"Ser parte de la familia Audi es un honor enorme y, al mismo tiempo, una gran responsabilidad", comenta el medallista olímpico. "Es una marca de la más alta calidad y performance. Así como busco la excelencia en el agua, hoy tengo la oportunidad de hacerlo también en tierra".

El lanzamiento del Audi Q5 Legacy Edition representa un hito especial dentro de esta colaboración. "Que hayan considerado mi trayectoria como influencia para el nombre de esta nueva edición significa mucho para mí", declara Peschiera.

COLABORACIÓN INSPIRADA EN LA RESILIENCIA

El nuevo Audi Q5 Legacy Edition se inspira en la trayectoria de Peschiera. "La resiliencia mental ha sido clave en mi carrera. Después de años de intentarlo, finalmente llegó la medalla olímpica.

Esa búsqueda de dar lo mejor se refleja en la camioneta, tanto en su calidad como en los detalles".

El proceso creativo fue tan importante como el resultado final. "El equipo de Audi Perú dedicó tiempo en definir cada elemento, qué detalles combinar y qué especificaciones debía tener el auto para representar lo que hago en el mar, pero en tierra. El performance también es importante: siempre busco probar mis límites, y este nuevo Q5 está preparado para eso". Stefano, usuario habitual de este modelo, añade: "El rendimiento, la calidad y lo visual son fundamentales; cada detalle importa".

TECNOLOGÍA QUE ACOMPAÑA AL MÁXIMO RENDIMIENTO

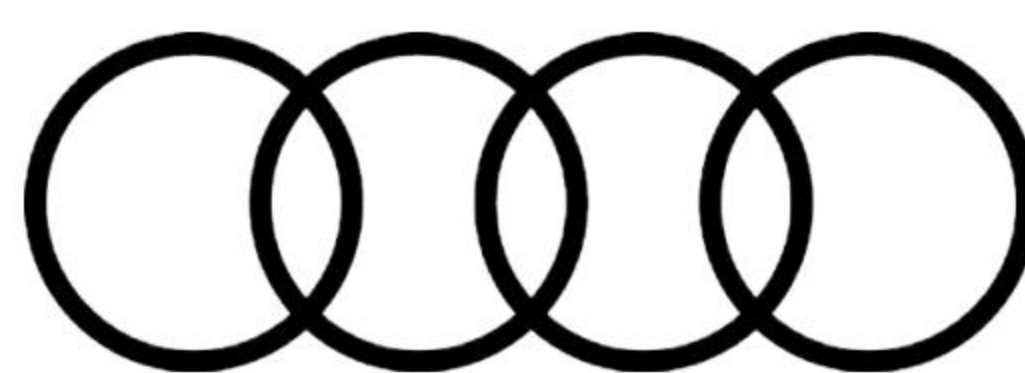
"La innovación es un factor clave, tanto en mi preparación deportiva como en mi forma de conducir. En vela medimos cada variable, y en Audi encuentro la misma lógica: tecnología como cámaras 360°, asistencia de salida de carril o frenada anticipada, son detalles que mejoran la seguridad sin afectar el rendimiento. La fibra de carbono, por su resistencia y ligereza, aporta un extra de rendimiento en el nuevo Audi Q5 Legacy Edition".

Finalmente, Peschiera resume el espíritu que comparte con la marca:



"Todo se consigue con trabajo y buscando siempre la excelencia. Audi representa exactamente eso. Si buscas performance, comodidad, seguridad y sentirte único al manejar, este es el momento de dar ese paso. Porque para movilizarte necesitas un auto. Pero para disfrutar del camino, necesitas un Audi".

STEFANO
PESCHIERA,
MEDALLISTA
OLÍMPICO
PERUANO, AHORA
EMBAJADOR DE
AUDI PERÚ.



Descubre el nuevo Audi Q5 Legacy Edition en Audi Zentrum Derby, Audi Zentrum Lima, Audi Arequipa y Audi Mannucci en Trujillo. Más información, test drives y cotizaciones en www.audi.com.pe y en www.contactoaudi.com.pe.

Triny

rental



DESCUBRE PAISAJES ÚNICOS

VIAJA SIN COMPLICACIONES

 Arequipa



 www.trinyrental.com

**Vehículos sujetos a disponibilidad.*

CÁNCER DE PIEL Y TRATAMIENTOS CONSERVADORES CON RADIOTERAPIA

PROTEGER LA PIEL TAMBIÉN ES CUIDAR LA VIDA



El Dr. Herbert Cárdenas, médico cirujano y radioncólogo, destaca la importancia del cuidado de la piel en esta temporada para prevenir enfermedades como el cáncer de piel.

El cuidado de la piel adquiere una importancia especial durante el verano, particularmente en ciudades costeras como Lima, donde la exposición solar aumenta de manera significativa en playas y espacios al aire libre. La radiación ultravioleta (UV) procedente del sol es el principal factor de riesgo para el desarrollo del cáncer de piel. El daño solar se acumula a lo largo de los años y puede manifestarse mucho tiempo después, por lo que la prevención, el uso de protector solar, la ropa adecuada, el evitar las horas de mayor radiación y la observación regular de la piel son herramientas clave para reducir el riesgo y favorecer un diagnóstico temprano.

¿QUÉ ES EL CÁNCER DE PIEL?
Es el tipo de cáncer más frecuente en el ser humano y se origina en las células que forman las capas externas de la piel, estando principalmente asociado a la exposición solar, especialmente en zonas como la cara, la nariz, las orejas y el cuero cabelludo.
En el Perú, constituye un problema creciente de salud pública debido a la alta radiación ultravioleta y a la exposición solar crónica sin protección adecuada, especialmente en personas con actividades al aire libre. Factores como la altitud, el fototipo de piel claro, la limitada prevención y detección temprana contribuyen a su elevada incidencia.

TIPOS DE CÁNCER DE PIEL Y SU FRECUENCIA
Desde el punto de vista médico, existen varios tipos de cáncer de piel, siendo los más frecuentes:

- **Carcinoma basocelular (70-80 %):** es el más común, y se caracteriza por un crecimiento lento y local, pero destructivo. Aparece sobre todo en áreas expuestas al sol como la cara, la nariz, los párpados y el pabellón auricular.
- **Carcinoma epidermoide o escamocelular (15-20 %):** es más agresivo que el basocelular y puede diseminarse si no se trata a tiempo. También es habitual en zonas fotoexpuestas.

LA RADIOTERAPIA ES ESPECIALMENTE RELEVANTE EN ZONAS ANATÓMICAS DELICADAS COMO LA CARA, NARIZ, PÁRPADOS, LABIOS O PABELLÓN AURICULAR.

• **Melanoma (4-5 %):** es menos frecuente, pero el más peligroso. Puede extenderse rápidamente a otros órganos si no se detecta de forma precoz.

Además, existen otros tumores menos frecuentes, como el carcinoma de células de Merkel y ciertos linfomas cutáneos que requieren tratamientos especializados.

¿QUÉ ES LA RADIOTERAPIA?

La radioterapia es uno de los pilares fundamentales en el tratamiento del cáncer. Consiste en el uso de radiación de alta energía, aplicada de forma controlada y precisa, para destruir las células tumorales o impedir que sigan multiplicándose. Es un tratamiento local, indoloro y cuidadosamente planificado por equipos médicos especializados, con el objetivo de eliminar el tumor preservando al máximo los tejidos sanos que lo rodean.

RADIOTERAPIA EN EL CÁNCER DE PIEL: UNA ALTERNATIVA QUE PRESERVA LA ANATOMÍA

Aunque la cirugía continúa siendo una opción muy utilizada, la radioterapia puede emplearse como tratamiento curativo de primera intención en muchos casos de cáncer de piel, especialmente en carcinomas basocelulares y epidermoides bien seleccionados.

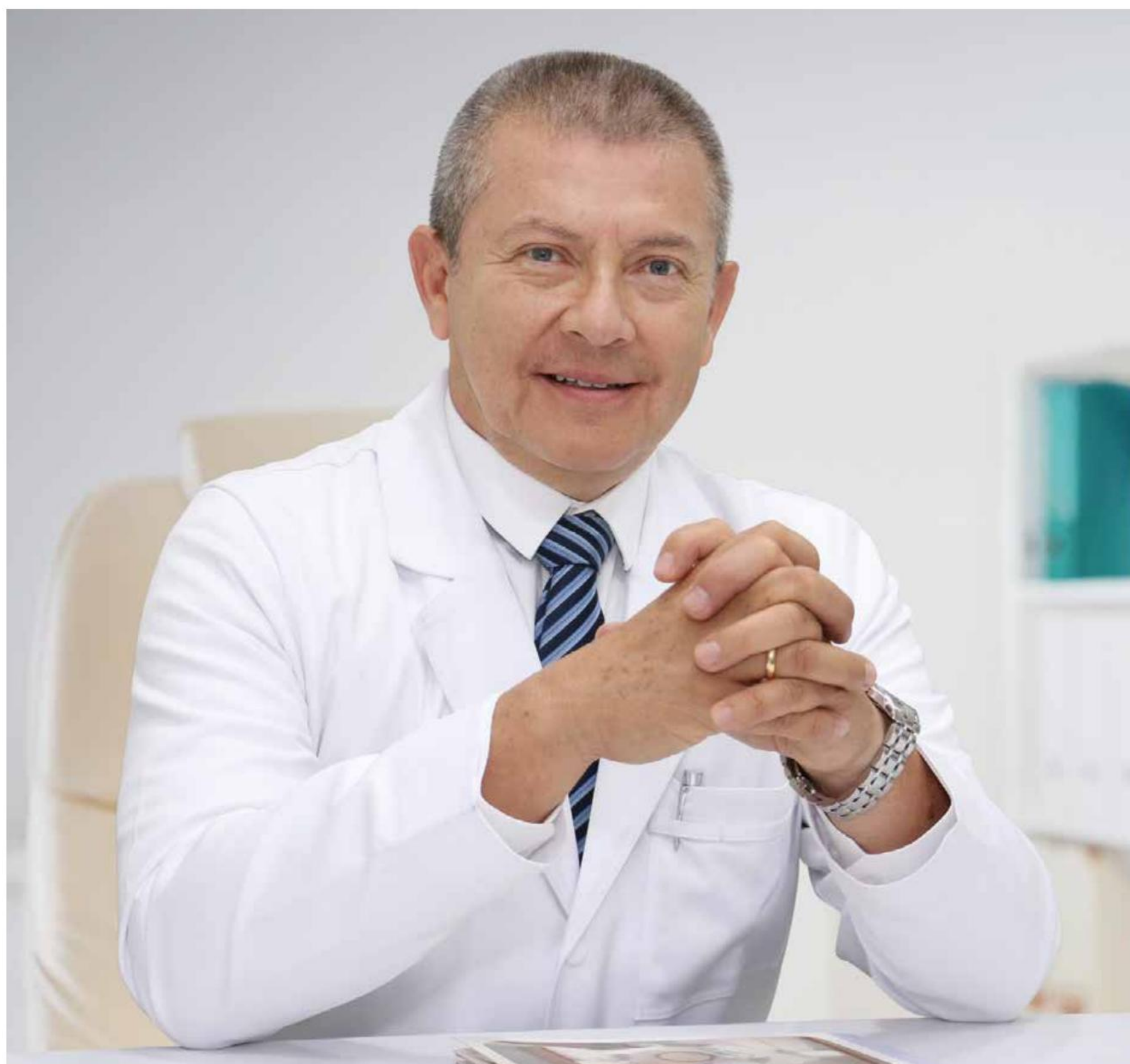
Su papel es especialmente relevante en zonas anatómicas delicadas como la cara, nariz, párpados, labios o pabes puede provocar alteraciones estéticas o funcionales permanentes, mientras que la radioterapia permite tratar el tumor sin modificar la estructura natural del rostro.

RADIOTERAPIA MODERNA Y BRAQUI-TERAPIA PERSONALIZADA EN 3D

Los avances tecnológicos han transformado profundamente la radioterapia en los últimos años. Las técnicas actuales permiten administrar la radiación con gran precisión, adaptándose a la forma y profundidad de cada lesión.

La braquiterapia es una modalidad de radioterapia en la que la fuente de radiación se coloca muy cerca o en contacto directo con el tumor, lo que permite administrar dosis altas de tratamiento de forma localizada, minimizando la exposición de los tejidos sanos circundantes.

Uno de los desarrollos más innovadores es la braquiterapia cutánea con

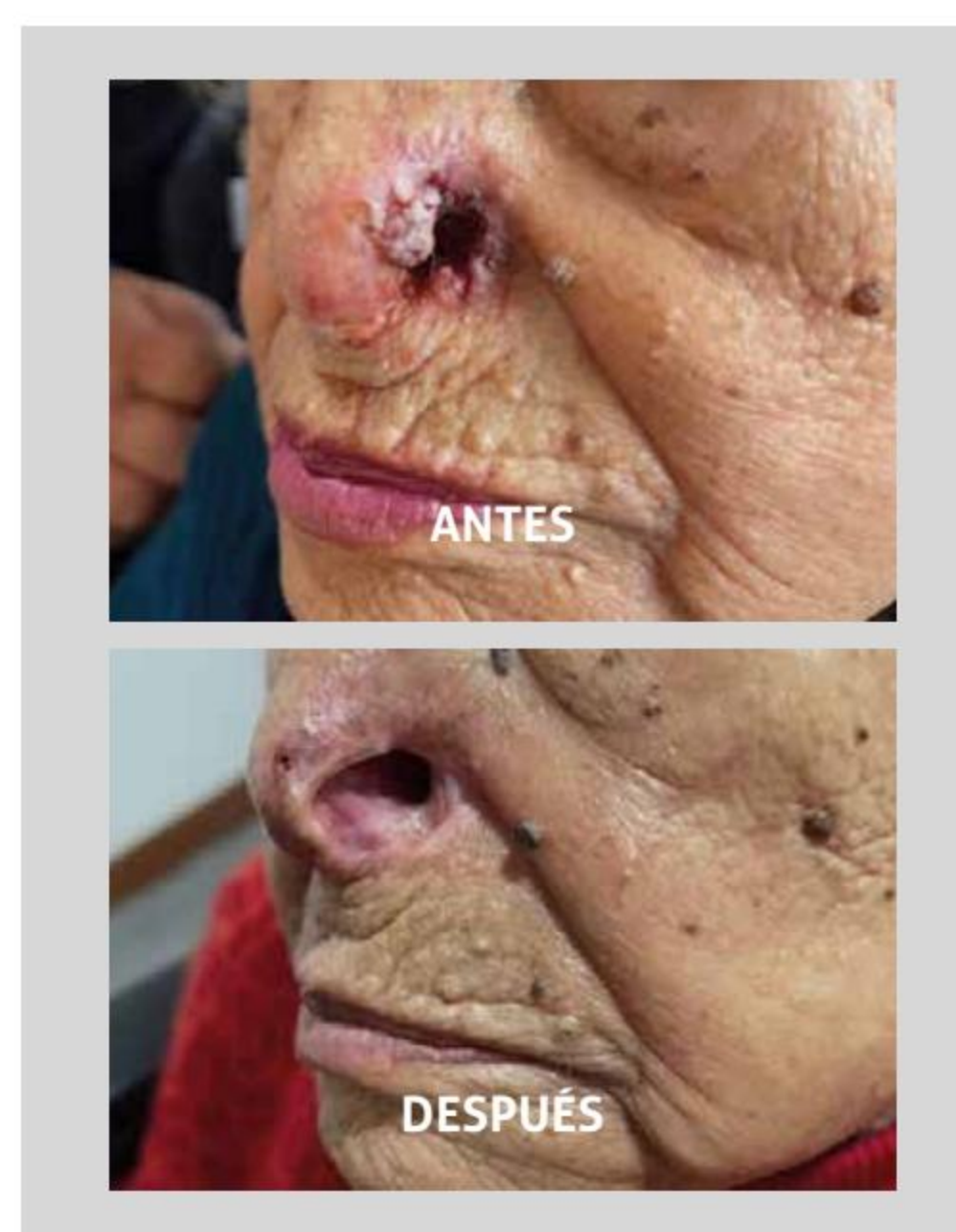


LA DETECCIÓN TEMPRANA Y LOS TRATAMIENTOS CONSERVADORES PERMITEN HOY TRATAR MUCHOS CÁNCERES DE PIEL SIN RECURRIR A CIRUGÍAS MUTILANTES

aplicadores personalizados impresos en 3D. Estos moldes se diseñan específicamente para cada paciente y se ajustan a superficies irregulares como la nariz o la oreja. Gracias a ello, se consigue un tratamiento altamente eficaz, con excelentes resultados estéticos y sin alterar la anatomía del paciente.

La radioterapia moderna, y en particular la braquiterapia personalizada en 3D, representa hoy una alternativa curativa eficaz que permite tratar el cáncer de piel preservando la forma, la función y la calidad de vida, algo especialmente valioso en zonas visibles como el rostro, donde la cirugía podría resultar mutilante.

CONTACTO:
CLÍNICA SAN PABLO Y CLÍNICA SAN GABRIEL
CITAS AL WHATSAPP: 950184152
INSTAGRAM: @dr.herbertcardenas
FACEBOOK: Dr. Herbert Cárdenas
TIKTOK: dr.herbertcardenas



PACIENTE CON DIAGNÓSTICO DE CARCINOMA BASOCELULAR EN EL ALA NASAL. FUE TRATADO CON RADIOTERAPIA, LOGRANDO UN CONTROL EFECTIVO DE LA ENFERMEDAD Y PRESERVANDO LA ESTRUCTURA Y ESTÉTICA DE LA NARIZ.

LA RADIOTERAPIA ES UNO DE LOS PILARES FUNDAMENTALES EN EL TRATAMIENTO DEL CÁNCER.

EL EFECTO BAD BUNNY

Del Grammy al halftime del Super Bowl, la música latina deja de ser tendencia para convertirse en identidad sonora global.

Por Daniella Bejarano Sangama



Durante décadas, el inglés fue la llave casi exclusiva para conquistar la industria musical estadounidense. El éxito global parecía condicionado a un idioma y a una narrativa cultural dominante.

Sin embargo, este 2026 marcó un quiebre simbólico que ya venía gestándose desde hacía años: un álbum íntegramente en español se llevó el Grammy a Álbum del Año. No fue solo una victoria artística; fue la confirmación de que la música latina dejó de pedir permiso para ocupar el centro de la conversación cultural en Estados Unidos.

DE FENÓMENO A ESTRUCTURA CULTURAL

El triunfo de Bad Bunny no se limita a una estantería de premios. Representa la consolidación de un fenómeno que llevaba más de una década expandiéndose silenciosamente hasta hacerse imposible de ignorar. La música latina ya no es una "categoría" dentro del mercado estadounidense: es parte estructural de su banda sonora cotidiana. El español se escucha en radios, plataformas digitales, estadios y listas globales con la misma naturalidad que cualquier otro idioma.

EL SUPER BOWL COMO DECLARACIÓN SIMBÓLICA

Este reconocimiento llega además acompañado de otro hito cultural: la elección de Bad Bunny como artista del espectáculo de medio tiempo del Super Bowl 2026. Un escenario históricamente reservado para figuras anglosajonas se abre ahora a una propuesta artística que no traduce su esencia ni suaviza su identidad. El mensaje es claro: la cultura latina no necesita adaptarse para pertenecer; pertenece porque ya forma parte del tejido social estadounidense.

BAD BUNNY SE CORONÓ COMO EL PRIMER LATINO EN GANAR EL GRAMMY A ÁLBUM DEL AÑO CON 'DTMF', UN DISCO COMPLETAMENTE EN ESPAÑOL.

EL IMPACTO DE SU GIRA POR PUERTO RICO

Pero el impacto no se mide solo en simbología. También tiene cifras y efectos tangibles. Las plataformas de streaming llevan años mostrando un crecimiento sostenido del consumo de música latina en Estados Unidos, mientras que festivales, giras y residencias artísticas demuestran su capacidad de convocatoria transversal. Lo que antes era nicho hoy es industria, y lo que era tendencia hoy es hábito.

Ese poder de convocatoria encuentra su expresión más emotiva en Puerto Rico. La residencia de conciertos del artista en su tierra natal no solo ha movilizado a cientos de miles de asistentes, sino que ha generado un impacto económico directo en turismo, hotelería y comercio local. Hoteles totalmente abarrotados, aumento en reservas aéreas y una isla convertida en destino cultural confirman que la música puede ser también motor de desarrollo. No es solo entretenimiento: es identidad convertida en movimiento colectivo.

BAD BUNNY EN LA ALFOMBRA DEL MET GALA, UNO DE LOS ESCENARIOS DONDE SU ESTILO Y DISCURSO HAN CONSOLIDADO SU INFLUENCIA MÁS ALLÁ DE LA MÚSICA.



MÁS QUE UN ARTISTA, UN SÍMBOLO CULTURAL

Lo verdaderamente relevante no es que un artista haya ganado un premio o encabezado un espectáculo deportivo. Lo trascendente es que la música latina dejó de ser vista como "extranjera" dentro de Estados Unidos. Hoy es parte de su diversidad sonora, de su mercado y de su conversación social. El idioma ya no es barrera; es riqueza.

En ese contexto, Bad Bunny funciona más como símbolo que como excepción. Su trayectoria confirma que la autenticidad cultural puede ser, además de un valor artístico, una estrategia global. La música latina ya no se traduce para ser entendida; se escucha para

ser sentida. Y ese cambio, más que una moda, es una transformación estructural que redefine quiénes cuentan la historia cultural de una nación.

SU IMPACTO TRASCIENDE LA MÚSICA: ES ESTILO, DISCURSO E IDENTIDAD EN MOVIMIENTO.

SOUL PILATES MOVER EL CUERPO, CUIDAR LA MENTE

Nicole Bazo, founder de SOUL Pilates, comparte cómo el Pilates Reformer permite trabajar fuerza, flexibilidad y control corporal en un entorno diseñado para el bienestar integral.

En una ciudad donde la mayoría de estudios de pilates se concentran en distritos como Miraflores o San Isidro, SOUL Pilates propone una alternativa pensada para quienes viven al este de Lima y buscan una disciplina completa sin tener que cruzar la ciudad. Ubicado dentro del Club Árabe Palestino, en Monterrico, Surco, el estudio combina tecnología, diseño y bienestar en un espacio que apuesta por la constancia y la experiencia.

Para Nicole Bazo, founder de SOUL Pilates, el proyecto nace desde una necesidad personal que se transformó en oportunidad. Tras la desaparición del estudio donde entrenaba, decidió crear un espacio propio para no dejar su práctica. "Quería seguir con esta disciplina y vi que había un vacío en la zona. Así empezó todo", cuenta. El resultado es un estudio especializado en Pilates Reformer, equipado con 10 camas con Tower, una estructura que amplía de manera significativa la variedad y profundidad de los ejercicios.

REFORMER TOWER: MÁS VARIEDAD, MÁS TRABAJO CORPORAL

A diferencia del Pilates mat o de estudios que solo cuentan con la cama base, SOUL Pilates incorpora el sistema Reformer con Tower, que permite trabajar con diferentes resistencias, resortes y accesorios. Esto se traduce en un entrenamiento más completo, adaptable a distintos niveles y objetivos. "La variedad es infinita. Puedes trabajar fuerza, flexibilidad y control corporal con bajo impacto, usando distintos pesos y estructuras", explica Nicole.



El enfoque no es solo físico, sino integral. El Pilates Reformer permite fortalecer sin sobrecargar, ideal para quienes buscan resultados sin la exigencia del cardio tradicional. "Trabajas todo el cuerpo, pero de una forma más consciente, sin esa sensación de agitación. Es una disciplina que conecta cuerpo y mente", añade.

UN ESPACIO SEGURO Y ESTÉTICO

Uno de los grandes diferenciales de SOUL Pilates es su ubicación dentro de un club, lo que garantiza un entorno seguro, estacionamiento gratuito y una experiencia más cómoda. Además, el estudio ha sido diseñado con especial cuidado en la estética y el confort. "Muchas alumnas me dicen que les encanta venir porque el espacio es lindo, bien decorado y se sienten cómodas. El ambiente también motiva", comenta Nicole.



EL ESTUDIO DE SOUL PILATES EN SURCO APUESTA POR UN DISEÑO CUIDADO Y TECNOLOGÍA DE PUNTA PARA OFRECER UNA EXPERIENCIA DE ENTRENAMIENTO INTEGRAL Y PERSONALIZADA.

Un punto clave del proyecto es romper el mito de que, al estar dentro de un club, solo pueden asistir socios. SOUL Pilates está abierto a todo el público. Los no socios pueden acceder a las clases pagando una tarifa diferenciada, lo que amplía el alcance del estudio y lo convierte en una opción para quienes viven en Surco, Monterrico, Chacarilla y zonas cercanas.

Con profesores certificados, equipos de última gama y una clase de prueba gratuita, SOUL Pilates invita a dar el primer paso sin compromiso. "Es para todos: hombres, mujeres, adolescentes. Lo importante es probar y sentir cómo el cuerpo responde", concluye Nicole.

Visita su página web:

www.soulpilates.pe

Instagram:

@soulpilates.pe

WhatsApp:

+51 942 755 061

Eucerin®

1 de cada 2 Dermatólogos lo recomiendan*

Muy alta protección UV. Todos los días.



-27%
REDUCCIÓN DE
OLEOSIDAD**

8h
de efecto
anti-brillo

Rápida
absorción

No graso,
ni pegajoso

Tecnología Oil Control
sebo-reguladora

*Encuesta interna realizada a 7,717 Dermatólogos en 24 países durante julio y agosto de 2024.

**Después de 4 semanas de uso regular. Basado en estudio instrumental. Beiersdorf, AG. NSOC63190-14CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

CAPILAR ADVANCED

EL LUJO DE RECUPERAR EL PELO SIN QUE NADIE LO NOTE



Recuperar el pelo sin rapado es hoy un lujo reservado para quienes entienden que la verdadera transformación no debe ser evidente. Para quienes cuidan su imagen como parte de su identidad y su capital personal, la técnica Long F.U.E. representa precisión, diseño y resultados que se integran de forma natural. Con más de 10 años de experiencia, Capilar Advanced ha perfeccionado este procedimiento bajo un enfoque de excelencia médica, estética y absoluta discreción, siendo pioneros en el Perú.

En un contexto donde la estética se ha vuelto más consciente y sofisticada, el verdadero lujo ya no se mide en excesos, sino en naturalidad. En trasplante de pelo, esto significa resultados que no alteran la rutina, no despiertan preguntas y no revelan el procedimiento. Resultados que simplemente se perciben.

La técnica Long F.U.E. permite implantar pelo largo respetando la dirección, densidad y caída natural desde el primer día. No se trata solo de recuperar pelo, sino de diseñar una imagen que se integre de forma armónica al rostro y a la identidad de cada persona. En Capilar Advanced, esta técnica se trabaja desde hace más de una década con una mirada experta y refinada, donde cada trasplante es único, estratégico y profundamente personalizado.

Detrás de esta precisión se encuentra el Dr. Eusebio Aguilar Saba, especialista con amplia trayectoria en microtrasplante y restauración capilar. Su experiencia ha permitido realizar procedimientos de alta complejidad y gran extensión en una sola sesión, manteniendo siempre un criterio estético riguroso y una ejecución médica impecable. La naturalidad del resultado no es casualidad: es consecuencia de años de práctica, observación y perfeccionamiento técnico.

Aquí, el trasplante de pelo no se concibe como un acto médico aislado, sino como una experiencia integral. Desde el diagnóstico inicial hasta la planificación de la línea frontal, la distribución del pelo y su evolución en el tiempo, cada decisión responde a una visión estética clara: que el resultado no solo se vea natural, sino que se sienta propio.

Una de las principales virtudes de la técnica Long F.U.E. es la discreción. Al no requerir rapado, las microincisiones quedan camufladas por el mismo pelo del paciente, permitiendo una reincorporación profesional. El cambio ocurre de manera



LA TÉCNICA LONG F.U.E. PERMITE TRANSFORMAR LA IMAGEN SIN ALTERAR LA RUTINA NI REVELAR EL PROCEDIMIENTO

EL DR. EUSEBIO AGUILAR SABA, ES ESPECIALISTA CON AMPLIA TRAYECTORIA EN MICROTRASPLANTE Y RESTAURACIÓN CAPILAR. SU EXPERIENCIA HA PERMITIDO REALIZAR PROCEDIMIENTOS DE ALTA COMPLEJIDAD Y GRAN EXTENSIÓN EN UNA SOLA SESIÓN, MANTENIENDO SIEMPRE UN CRITERIO ESTÉTICO RIGUROSO Y UNA EJECUCIÓN MÉDICA IMPECABLE.

progresiva, elegante y silenciosa. Que nadie note el procedimiento es parte del resultado. Capilar Advanced atiende a hombres y mujeres para quienes la imagen personal es un activo importante. Personas que valoran la confidencialidad, el detalle y la excelencia, y que entienden que el lujo verdadero no se anuncia: se percibe.

Hay cambios que no buscan ser vistos, sino vividos. Cuando la técnica y la experiencia se ponen al servicio de esa identidad, el resultado no irrumpe: acompaña. En Capilar Advanced, el lujo está en hacerlo sin dejar huella.



CAPILAR ADVANCED
HAIR RESTORATION CENTER



CONTACTO

Instagram: @capilaradvanced

LinkedIn: Eusebio Aguilar Saba

Capilar Advanced

Página web: capilaradvancedperu.com

Teléfono: 951330735

The logo for Domus FLATS MIAMI, featuring the word 'domus' in a lowercase, white, sans-serif font, with 'FLATS MIAMI' in a smaller, uppercase, white, sans-serif font below it. The background is a dark, moody image of a palm tree and a modern apartment building at dusk.

FLATS MIAMI

Tu Próxima Inversión *en* el Corazón de Brickell, Miami

Descubre Domus FLATS, el nuevo concepto residencial pensado para quienes buscan una inversión segura y flexible en Miami. Ubicado en pleno Brickell, ofrece estudios, junior suites y unidades completamente amuebladas, listas para usar o rentar desde el primer día.

Vive, alquila o combina ambas opciones en uno de los mercados más sólidos y demandados de Estados Unidos. Brickell no solo crece: se consolida como el epicentro financiero y lifestyle de Miami.

PRECIOS DESDE
USD 700.000

DomusFlats.com

Invierte en Domus Brickell Park y recibe 2 entradas para el Mundial 2026, una cortesía disponible solo por tiempo limitado.*

Entrega 1er Trimestre 2026, en pleno corazón de Brickell.

**Aplican términos y condiciones*





ILUSTRACIÓN CONCEPTUAL DEL ARTISTA

LAS TENDENCIAS GASTRONÓMICAS DE 2026

Según los inspectores Michelin, este año está marcado por tendencias como los sabores fermentados, la cocina basada en el fuego y el servicio interactivo.

El mundo gastronómico está en constante cambio y evolución. Antes “una gran tendencia” dominaba con frecuencia las mesas; ahora, son un cúmulo de sabores y experiencias los que apoderan de los rankings culinarios. Desde el foco al origen de los productos hasta la apuesta cada vez más marcada hacia la sostenibilidad: todo converge en una nueva forma de comer.

- 1. El fuego como ingrediente:** Este elemento se ha convertido en el favorito de los chefs para resaltar al máximo los sabores y crear un espectáculo sin igual. Las brasas, las piedras calientes e incluso el carbón blanco de eucalipto japonés ya son recurrentes en restaurantes de todo el mundo.
- 2. El apogeo de las cocinas tradicionales:** La vuelta al origen es muy importante para los restaurantes en la actualidad: uso de ingredientes nativos de cada región y recetas “de casa” han ido tomando gran protagonismo como forma de expresar la identidad cultural o contar historias.
- 3. Sabores para la vida.** La creciente tendencia por destacar el amargor y la profundidad ha hecho que el umami, este sabor de la cocina japonesa se popularice. Otros elementos como la endibia y la achicoria comienzan a tomar protagonismo, mientras que los fermentados van ganando terreno en lugares como Bangkok. Asimismo, en China, por ejemplo, el té ya no es solo una bebida, sino el ingrediente para perfumar mariscos o ahumar aves.
- 4. La magia de esperar.** Y, aunque los condimentos predominan, el tiempo también hace su magia y cada vez es un ingrediente más requerido. Dos ejemplos precisos son los restaurantes Sushi Anaba,



en Copenhague, donde los chefs trabajan con almejas que tardan décadas en madurar; y Baan Tapa, en Bangkok, donde se emplean fermentaciones largas para todos los platos de su carta.

- 5. El servicio marca la hora.** Las experiencias interactivas de atención van en aumento. El servicio con carrito, que se acerca a cada mesa, se pone de moda y el auge de disfrutar la comida en la barra para ver de cerca el espectáculo ofrecido por el chef va en aumento. El comensal actual reconoce que sentarse cerca de la cocina crea una conexión más inmediata con la preparación de los alimentos, e incluso con el equipo a cargo.

EL FUEGO RESALTA AL MÁXIMO LOS SABORES Y CREA UN ESPECTÁCULO SIN IGUAL.



EL USO DE INGREDIENTES NATIVOS DE CADA REGIÓN ES UNA FORMA DE EXPRESAR LA IDENTIDAD CULTURAL O CONTAR HISTORIAS.



DRA. MARINA EGUREN

CUANDO LA TECNOLOGÍA SE PONE AL SERVICIO DE LA SONRISA



La clínica dirigida por la Dra. Marina Eguren incorpora inteligencia artificial de talla mundial para diseñar sonrisas personalizadas, apostando por una odontología minimalista, ética y centrada en el bienestar del paciente.

Estética ME cumple ocho años consolidándose como una clínica referente en estética dental en el Perú. Fundada y dirigida por la Dra. Marina Eguren, especialista en estética dental y diseño de sonrisa. La clínica celebra este aniversario con el lanzamiento de Smile Cloud, una tecnología basada en inteligencia artificial que permite anticipar el resultado final del tratamiento antes de iniciarlo, brindando mayor seguridad y confianza al paciente.

Con más de 17 años de experiencia profesional, la Dra. Eguren ha construido un modelo de atención que prioriza la calidad sobre la cantidad, apostando por tratamientos personalizados, conservadores y éticos, posicionando a Estética ME como una clínica pionera en innovación odontológica en el país.

TECNOLOGÍA APLICADA EN LA SONRISA

Smile Cloud es un software que, a tra-

vés de fotografías y videos, permite diseñar la sonrisa ideal según los parámetros faciales y estéticos de cada paciente. Gracias a la inteligencia artificial, es posible elegir el tamaño, la forma y el color de los dientes, visualizando el resultado final con gran precisión antes de iniciar cualquier procedimiento. Esta herramienta mejora la planificación clínica, optimiza la comunicación con los laboratorios y eleva la experiencia del paciente, quien se involucra activamente en cada etapa de su tratamiento.

La clínica cuenta además con radiografías digitales, escáner intraorales y tecnología de última generación que agiliza los procesos, mejora la precisión diagnóstica y evita procedimientos innecesarios o invasivos.

EXPERIENCIA QUE INSPIRA

Uno de los pilares de Estética ME es la odontología minimalista, enfocada en tratamientos mínimamente invasi-

vos como el blanqueamiento dental personalizado y las carillas tipo lente de contacto. Además, la clínica cuenta con un staff completo de especialistas que trabajan de manera integrada, garantizando una atención planificada, eficiente y basada en la confianza.

La sonrisa de Miranda Capurro, una de las más hermosas del Perú, es reflejo del compromiso de Estética ME con resultados naturales y genuinos. Paciente de la clínica desde hace varios años, su caso representa la filosofía de ir de menos a más, priorizando siempre la salud integral de la sonrisa.

CON MÁS DE 17 AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL, LA DRA. EGUREN HA CONSTRUIDO UN MODELO DE ATENCIÓN QUE PRIORIZA LA CALIDAD SOBRE LA CANTIDAD, APOSTANDO POR TRATAMIENTOS PERSONALIZADOS.



Contacto: www.dramarinaeguren.com
WhatsApp: 987472267
IG y TikTok: @dramarinaeguren

MEZET

MODA ROMÁNTICA NACIDA DE LA FUERZA FEMENINA

Una marca peruana que transforma la moda en emoción, celebra la feminidad y conecta historias personales con prendas pensadas para momentos que se recuerdan para siempre.



Mezet no es solo una marca de ropa, es una historia de intuición, valentía y sensibilidad. Detrás de esta firma de moda romántica está Thaiz Maúrtua, fundadora y directora creativa, una mujer que decidió escuchar su voz interior, vencer el miedo y apostar por un sueño. Desde su nacimiento, Mezet busca acompa-

ñar a las mujeres en ocasiones memorables, creando prendas que conectan emoción, feminidad y propósito, y que celebran la fuerza interior que impulsa a no rendirse incluso en los momentos más difíciles.

Antes de crear Mezet, Thaiz tenía un trabajo estable, lejos del mundo de la moda. "Me dio hábitos de trabajo, crite-

rio para tomar decisiones y una visión estratégica a largo plazo", cuenta. Sin embargo, su pasión por la moda crecía cada día. En sus tiempos libres se sumergía en revistas, pasarelas, tendencias y marcas internacionales que la inspiraban. Hasta que un día decidió dar el salto, renunciar a la estabilidad y apostar todo por su proyecto personal.

Los inicios no fueron sencillos. "Pensé que renunciar a mi trabajo era el paso más difícil, pero el verdadero reto recién empezaba", recuerda. Hubo semanas sin ventas, momentos de frustración y muchas dudas. Aun así, cada caída fue también un aprendizaje. Empezar la obligó a volverse multifacética: diseñar, comprar telas, producir, hacer fittings, controlar calidad, vender, llevar la contabilidad y el marketing. "Cuando tienes algo que te motiva de verdad, no hay nada que te pueda parar", afirma.

FUERZA INTERIOR HECHA MARCA

En pleno proceso de crecimiento llegó un embarazo inesperado. El miedo apareció, pero duró poco. "Entendí que ahora tenía la motivación más grande de mi vida", dice Thaiz sobre la llegada de su hijo Lucca. La maternidad transformó por completo su forma de ver la vida y el trabajo, haciéndola más paciente, consciente y empática. Hoy dirige Mezet desde un lugar más humano, entendiendo que crear también es cuidar, sostener y confiar en los procesos.

Esa sensibilidad se refleja en la esencia de la marca. Para Thaiz, la fuerza interior femenina no significa solo ser fuerte, sino resiliencia, intuición y sensibilidad. "Es la capacidad de florecer incluso en medio de la oscuridad", explica. Mezet nace con ese propósito: reconocer y celebrar la fuerza inmensa de las mujeres para soñar, crear y seguir adelante, incluso cuando el camino no es fácil.

MEZET:
ROMANTICISMO
MODERNO CREADO
PARA MOMENTOS
INOLVIDABLES.

MODA ROMÁNTICA CON ALMA CONTEMPORÁNEA

Mezet se define como una marca romántica moderna, donde la delicadeza convive con el carácter. Lo romántico vive en los detalles: flores, bobos, flecos, brillos, tejidos y acabados hechos con amor. Lo artesanal conecta con el tiempo y el valor de lo hecho a mano, mientras que lo contemporáneo se expresa en cómo las prendas cobran vida en mujeres seguras y con estilo propio.

Cada diseño está pensado para ocasiones que se recuerdan para siempre. "Quiero que cuando una mujer se vista con Mezet se sienta segura, especial y conectada con ese brillo único que todas llevamos dentro", señala Thaiz. Más que vestir un momento, la marca busca acompañar recuerdos importantes, celebrando lo femenino desde un lugar auténtico y empoderador.

La última colección, Whispers of the Sea, pone en valor el trabajo artesanal a través de tejidos en macramé elaborados en algodón 100%. Son piezas que requieren muchas horas de trabajo y un cuidado minucioso. Para Thaiz, conectar la artesanía con la moda contemporánea es esencial. "La artesanía tiene tiempo, intención y emoción, y también es una forma de dar visibilidad y trabajo a mujeres increíblemente hábiles", comenta.

En solo dos años, Mezet ha logrado construir una comunidad sólida y una presencia destacada en concept stores como The Showroom del Polo II y Miraflores, así como en Amare Concept Store en el Boulevard de Asia. Con más de 10,500 seguidores en Instagram, la marca continúa creciendo sin perder su esencia. "Creo que conectamos porque no solo ofrecemos prendas, sino una emoción y una manera de sentirse especial", afirma.

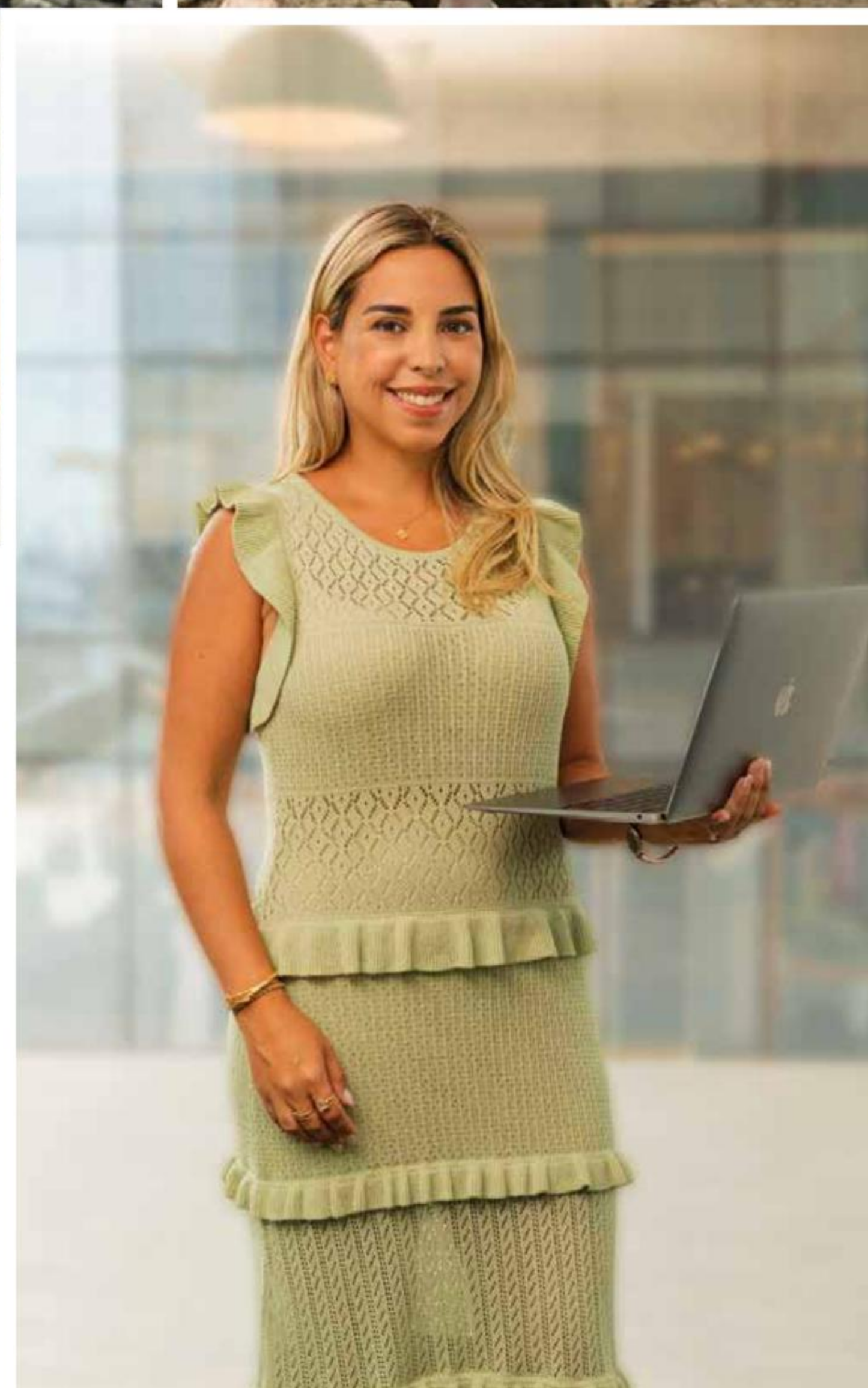
Mirando hacia el futuro, la visión es clara: crecer sin perder identidad y convertirse en un referente de moda femenina romántica con alma y propósito. El mensaje de Thaiz para las mujeres que hoy buscan reinventarse es directo y honesto: "No todo tiene que ser perfecto para empezar. Incluso en los momentos más difíciles, también se puede florecer".

Descubre la colección completa en www.mezetbrand.com y acompaña a la marca en Instagram [@mezet.brand](https://www.instagram.com/mezet.brand) para sumergirte en el universo detrás de cada pieza.

"WHISPERS OF THE SEA" NACE DE ESE EQUILIBRIO SUTIL: HONRAR LO HECHO A MANO Y REINTERPRETARLO DESDE UNA MIRADA FEMENINA Y MODERNA.



"LA SENSIBILIDAD TAMBIÉN ES UNA FORMA DE FORTALEZA", AFIRMA THAIZ MAÚRTUA, FUNDADORA DE MEZET.



MARITERE BRASCHI

LOS PILARES QUE DEFINEN UNA BUENA EDUCACIÓN SOCIAL HOY

Desde la mesa hasta el saludo, la etiqueta social no es rigidez ni formalismo extremo, sino una herramienta para generar confianza, respeto y mejores vínculos. Maritere Braschi comparte las reglas esenciales para desenvolverse con naturalidad en la vida social y profesional.



En un mundo cada vez más expuesto y diverso, la forma en la que nos comportamos dice tanto de nosotros como nuestras palabras. Para Maritere Braschi, especialista en etiqueta social, el "saber estar" es una habilidad que atraviesa la vida personal, social y profesional. "Conocer cómo desenvolvernó en distintos contextos nos da seguridad, y esa seguridad se proyecta generando confianza en quienes interactúan con nosotros", señala.

LOS MODALES EN LA MESA

Uno de los espacios donde la etiqueta se vuelve más evidente es la mesa. En un contexto formal, el uso correcto de los cubiertos es fundamental. Las proteínas se comen con tenedor y cuchillo, y el pescado con pala especial. Además, Braschi recomienda que, al invitar a una comida formal, se eviten carnes difíciles de cortar. La comodidad del invitado también es parte de la buena educación.

El uso del celular es otro punto crítico. "El teléfono nos conecta con todo, menos con lo que sucede frente a nosotros", afirma. Dar prioridad a quien comparte nuestro tiempo es una muestra básica de respeto. Si surge una urgencia, lo adecuado es excusarse y atenderla fuera de la mesa. Predicar con el ejemplo, especialmente en familia, es clave para formar hábitos saludables.

"CONOCER CÓMO DESENVOLVERNOS EN DISTINTOS CONTEXTOS NOS DA SEGURIDAD, LO QUE GENERA CONFIANZA EN QUIENES INTERACTÚAN CON NOSOTROS".

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL

El saludo y el contacto físico también requieren atención. En entornos formales, un "buenas tardes" resulta más apropiado que expresiones informales. Braschi sugiere mantener una distancia prudente al llegar a un espacio nuevo y optar por el apretón de manos, dejando que la confianza marque si un beso es adecuado. Leer el lenguaje corporal del otro es esencial.

El cuerpo, además, comunica constantemente. Una postura encorvada puede transmitir inseguridad, mientras que mantenerse erguido proyecta confianza y calma. Incluso, estudios demuestran que una postura adecuada ayuda a reducir el estrés.

En la conversación, escuchar es más importante que hablar. La escucha activa, el respeto por opiniones distintas y no imponer ideas construyen intercambios más fluidos y enriquecedores.

VESTIMENTA Y PUNTUALIDAD

La vestimenta, por último, debe estar alineada con el evento y con la personalidad de quien la lleva. Vestirse acorde evita incomodidades y permite que la esencia personal se exprese con naturalidad.

La puntualidad, responder a tiempo una invitación, informarse sobre costumbres culturales y saber retirarse a tiempo completan este conjunto de reglas que, en palabras de Braschi, resumen una sola idea: aplicar el saber estar, en la etiqueta y en la vida.

MARITERE BRASCHI EXPLICA CÓMO LA BUENA EDUCACIÓN SOCIAL SE CONVIERTE EN UN ALIADO PARA GENERAR CONFIANZA Y PROYECTAR SEGURIDAD.



Morales 144

SAN ISIDRO

VIVE A PASOS
DEL OLIVAR

POR CIERRE DE PRE-VENTA

BONO DE
USD 15,000

OBRA INICIADA

FLATS - DUPLEX - PENTHOUSE

1-2-3 DORMITORIOS



eMMe

Arquitectura por:

C O S T A +
H E R R E R A

TALÍA BARRIOS

EL ARTE DE FORMAR CARÁCTER BAJO EL AGUA



Deportista olímpica, líder nata y empresaria, Talía Barrios ha transformado la natación en una filosofía de vida. Su historia no solo habla de récords y medallas, sino de propósito, reinención y una misión clara: enseñar a nadar para salvar vidas y formar personas más seguras dentro y fuera del agua.

Por: Anghy Covarrubias Medina

Hay trayectorias que no se miden solo en logros, sino en impacto. La de Talía Barrios pertenece a esa categoría. Nadadora olímpica, récord nacional durante más de dos décadas y hoy creadora de su propia escuela de natación, su vida ha estado marcada por la disciplina, el sacrificio y una convicción profunda: nadar es mucho más que un deporte; es una herramienta de transformación personal y social.

Su vínculo con el agua comenzó temprano. Competía por su colegio casi sin entrenar, impulsada únicamente por un espíritu competitivo que no aceptaba quedarse fuera del podio. Ese impulso la llevó, en menos de un año, a clasificar a un Sudamericano, romper récords nacionales y proyectarse como una de las grandes promesas de la natación peruana. A los 17 años, una beca del Comité Olímpico la llevó a Estados Unidos, donde entrenó al más alto nivel hasta cumplir el sueño que marcaría su carrera: representar al Perú en los Juegos Olímpicos de Sídney 2000. "Desfilas con la bandera fue uno de los orgullos más grandes de mi vida", recuerda.

LA DISCIPLINA QUE FORMA CARÁCTER

La alta competencia no es indulgente. Talía pasó de entrenar seis kilómetros diarios en Perú a quince en Estados Unidos. Hubo lágrimas, agotamiento físico y mental, adaptación forzada y una exigencia constante. Pero también hubo aprendizaje. "La natación me dio disciplina, compromiso, manejo del tiempo y una capacidad enorme de resiliencia", afirma. Esos hábitos la acompañaron más allá del deporte: se graduó como primer puesto de su promoción universitaria y construyó una sólida carrera corporativa en cargos directivos de marketing.

Sin embargo, como ocurre con muchos atletas, el retiro trajo preguntas difíciles. ¿Quién eres cuando dejas de competir? Talía encontró la respuesta en el estudio, el trabajo y, años des-

pués, en una inesperada reconexión con el agua. Una lesión la obligó a volver a nadar en 2024 y ese regreso abrió una nueva mirada: la forma en que se enseñaba natación no había evolucionado. "Mis hijos iban todos los años a clases y no aprendían a nadar. Ahí entendí que algo no estaba funcionando", cuenta.

UNA NUEVA FORMA DE ENSEÑAR A NADAR

Así nació Swim Revolution, una academia que busca cambiar la enseñanza tradicional de la natación en el Perú. Su metodología es clara y rigurosa: niveles estructurados por experiencia (no por edad), evaluaciones personalizadas desde la primera clase y grupos reducidos de máximo cuatro o cinco alumnos por profesor.

Pero la propuesta va más allá de la técnica. Para Talía, enseñar a nadar es crear seguridad, confianza y autonomía. Por eso su academia incluye programas especiales para niños con autismo, TDAH o asma, con un enfoque terapéutico y precios pensados para facilitar el acceso. "La natación es un no negociable. Es como aprender a gatear y caminar", dice con convicción.

"LA NATACIÓN NO ES SOLO UN DEPORTE: ES UN SALVAVIDAS PARA TODA LA VIDA", DECLARA TALÍA.



MIRAR AL FUTURO SIN SOLTAR EL AGUA

Hoy, Talía sigue compitiendo. En 2024 regresó con fuerza y en un reciente Sudamericano ganó múltiples medallas y batió récords, demostrando que la edad no es un límite cuando hay propósito. En paralelo, sueña con expandir Swim Revolution y construir su propia piscina: un espacio que concentre su visión educativa y formativa.

Crítica con la falta de apoyo estructural al deporte en el país, insiste en la necesidad de integrar educación y disciplina deportiva desde edades tempranas. "El talento existe, pero sin sistema es muy difícil sostenerlo", afirma.

En un mundo que privilegia el resultado inmediato, Talía apuesta por el proceso. Por la constancia que forja carácter, por la enseñanza que salva vidas y por un legado que trasciende medallas. Así quiere ser recordada: como la nadadora que llevó la bandera del Perú, sí, pero sobre todo como la mujer que revolucionó la manera de aprender a nadar.

LOS BOLSOS QUE MARCARÁN EL ESTILO Y SERÁN TENDENCIA EN 2026

Texturas que seducen, formas que hablan y materiales que marcan una nueva manera de llevar el lujo.

Por Anghy Covarrubias Medina



Hay accesorios que acompañan y otros que definen. Hoy, el bolso pertenece claramente a la segunda categoría. Ya no se elige solo por funcionalidad, sino por lo que comunica: una actitud, una forma de habitar la ciudad, una manera de moverse entre lo cotidiano y lo extraordinario.

Este nuevo año trae consigo una

visión más consciente y sensorial del estilo, donde cada objeto que llevamos dice algo de nosotros. En Lima, una ciudad que mezcla ritmo urbano, luz constante y una elegancia cada vez más relajada, el bolso se convierte en ese punto de equilibrio perfecto entre practicidad, estética y expresión personal.

Durante los meses más cálidos, los

CUERO GRANULADO, ACABADOS TIPO GAMUZA, SUPERFICIES TEJIDAS Y MATERIALES CON APARIENCIA ARTESANAL DOMINAN LA ESCENA DE LA MODA.

bolsos de materiales suaves y naturales se convierten en aliados cotidianos. Piezas amplias, de tacto agradable, acompañan siluetas fluidas, tonos neutros y estilismos que priorizan la comodidad sin renunciar a la sofisticación. Son bolsos pensados para el día a día, capaces de transitar con facilidad entre lo práctico y lo estético. Sin embargo, el verano funciona solo como punto de partida: las tendencias apuntan a una estética que trasciende la estación y se mantiene vigente a lo largo del año.

TACTO Y MATERIA COMO PROTAGONISTAS

Las texturas emergen como el verdadero lujo. Cuero granulado, acabados tipo gamuza, superficies tejidas y materiales con apariencia artesanal dominan la escena, reforzando una relación más íntima entre el objeto y quien lo lleva. El bolso ya no solo se observa, se siente. A esto se suman efectos sutilmente brillantes, laminados suaves y reinterpretaciones contemporáneas de materiales clásicos, que aportan profundidad visual y modernidad sin excesos.

La paleta acompaña esta sensibilidad: tonos tierra, cafés profundos, cremas y matices naturales transmiten calma y refinamiento, mientras pequeños acentos más modernos aportan contraste y carácter sin romper la armonía.

FORMAS, TAMAÑOS Y UNA NUEVA IDEA DE FUNCIONALIDAD

Las siluetas celebran la diversidad. Los bolsos de gran formato, flexibles y envolventes, responden a una vida activa y multifacética, combinando funcionalidad con una elegancia relajada. En contrapunto, las formas estructuradas y geométricas aportan precisión y fuerza visual, convirtiéndose en piezas que elevan cualquier look con un gesto definido. Los tamaños medianos se consolidan como el equilibrio perfecto entre presencia y practicidad, mientras que los bolsos mini permanecen como acentos de estilo, más expresivos que utilitarios. Los materiales refuerzan la dualidad entre tradición y futuro, reflejando una moda consciente, duradera y elegante contemporánea.

Más que un accesorio, el bolso es hoy una extensión del estilo personal: silencioso, seguro y profundamente expresivo. Un objeto que no solo se lleva, sino que se habita.

GARLICO

SABOR GOURMET EN CASA SIN COMPLICACIONES

GARLICO es una propuesta peruana que busca simplificar la cocina sin renunciar al sabor ni a la calidad, llevando marinados premium a hogares que quieren lucirse sin pasar horas cocinando.

En medio de la incertidumbre que marcó la pandemia, dos amigos de toda la vida decidieron apostar por el Perú y por una pasión que, curiosamente, habían compartido durante años sin saberlo: la cocina. Christian Tschudi y José Antonio Vásquez de Velasco se conocen desde los 14 años, pero fue recién durante la cuarentena que descubrieron, gracias a las redes sociales, cuánto disfrutaban cocinar y compartir sus platos. La buena acogida de amigos y familiares fue el empujón que necesitaban para dar el siguiente paso: así nació GARLICO.

Con experiencia en el mundo corporativo y las restricciones comenzando a levantarse, se hicieron una pregunta clave: ¿cómo ayudar a las personas a cocinar mejor, en menos tiempo y sin complicaciones? La respuesta llegó en forma de los marinados GARLICO, un producto práctico, versátil y lleno de sabor, ideal para quienes disfrutan comer bien sin convertir la cocina en una tarea eterna.

GARLICO permite preparar platos deliciosos de forma sencilla: solo hay que agregar hasta un kilo de proteína, dejar reposar mínimo media hora en la refrigeradora y cocinar en la parrilla, wok/sartén o al horno. Sin picar, sin mezclar condimentos y sin improvisar recetas. El resultado es inmediato y sorprendente, perfecto incluso cuando hay invitados.

La diferencia está en los detalles.

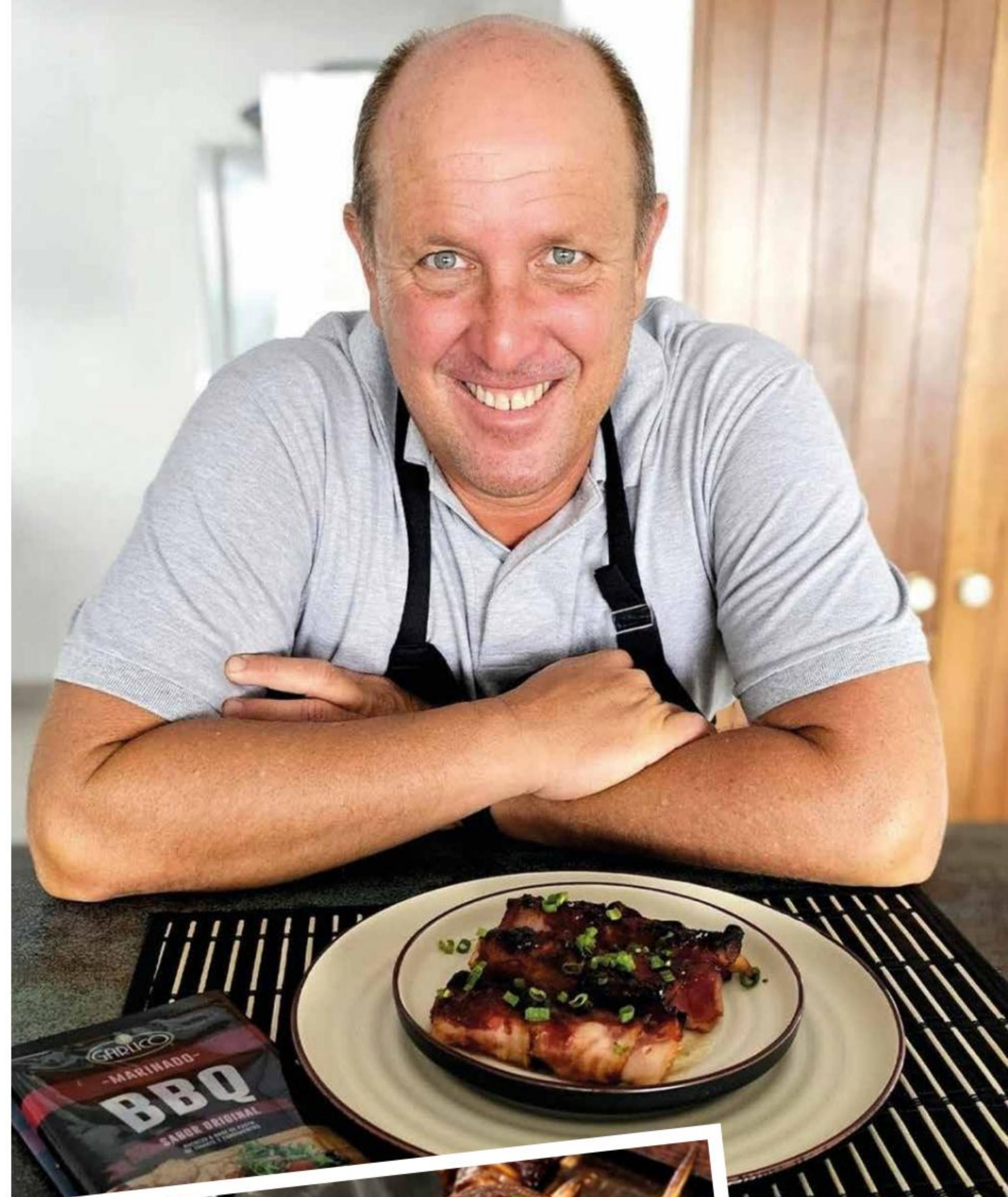
Ingredientes de alta calidad —como la salsa de ostión en el marinado de Lomo Saltado—, empaques bilaminados con zipper resistente y una vida útil de hasta un año sin perder propiedades. **Sus tres variedades —Lomo Saltado, Criollo y BBQ— son además libres de gluten y glutamato**, respondiendo a un consumidor cada vez más informado.

Cada receta pasó por un proceso riguroso de pruebas y catas a ciegas hasta lograr el equilibrio perfecto. Hoy, con la incorporación de Betsy Hidalgo como socia y por su experiencia en supermercados, GARLICO está presente en las principales cadenas del país y ya ha dado el salto internacional, llegando a Canadá y manteniendo conversaciones con España, Estados Unidos y Chile.

Disponible en Wong, Vivanda, Plaza Vea, Oregon Foods y el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, GARLICO es también un regalo ideal para llevar un pedacito del sabor peruano al mundo. Porque comer bien en casa puede —y debe— ser fácil.



Descubre recetas en Facebook e Instagram:
@garlicoperu



GARLICO ESTÁ DISPONIBLE EN WONG, VIVANDA, PLAZA VEA, OREGON FOODS Y EL AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHÁVEZ.

VERIFIED

EMPRESA
HOMOLOGADA



Más información:
comercial@wayki.pe

LA CHULA

VESTIR CON LIBERTAD, COLOR Y PROPÓSITO



De un sueño impulsado por la intuición a una marca que celebra la libertad, el color y la autenticidad de cada mujer.

Todo empezó en un momento de pausa, de búsqueda y de muchas preguntas. A los 21 años, Valeria Bedoya apostó por transformar esa sensación de estar perdida en algo tangible, bello y con propósito. "Decidí crear La Chula en un momento en el que no tenía todas las respuestas. No fue un plan perfecto, pero sí de intuición y mucho corazón", recuerda. El impulso definitivo vino de su padre,

quien la animó a confiar cuando ella aún no lo hacía.

Lo que comenzó como un sueño pequeño hoy es una empresa consolidada, en constante expansión. "Entendí que los procesos toman tiempo y que la constancia es tan importante como la creatividad. Escuchar a las clientas ha sido clave: sus cuerpos y sus necesidades han guiado muchas de nuestras decisiones", afirma Valeria. Esa escu-

COLECCIÓN COLIBRÍ:
BIKINIS PARA SENTIR
EL VERANO Y
HABITAR DESDE LA
LIBERTAD.

cha constante es la base de una marca que crece sin perder su esencia.

SOL, COLOR Y MOVIMIENTO

El verano es un estado de ánimo, y en La Chula se traduce en libertad, piel al sol y prendas que acompañan cada momento. "Durante mucho tiempo trabajamos con una paleta neutra, pero todo cambió después de un viaje a México", cuenta Valeria. De esa experiencia nace Colibrí, la colección swimwear de este verano: una propuesta más viva, con colores intensos, estampados propios y siluetas eclécticas que mantienen la elegancia característica de la marca.

"Colibrí es mi colección más personal hasta hoy", confiesa. El nombre encierra una historia íntima: "Siempre he sentido que mi papá está representado en un colibrí. El día de la sesión de fotos uno estuvo presente todo el tiempo, y ahí supe que ese tenía que ser el nombre". La colección celebra el movimiento, la transformación y la energía del verano, con bikinis pensados para disfrutar sin restricciones.

DEL VERANO A LA RUTINA

Más allá del diseño, La Chula se distingue por el fit y la calidad. Cada pieza pasa por múltiples pruebas hasta acompañar al cuerpo con comodidad, soporte y seguridad.

La misma filosofía se aplica al activewear, pensado para más que la playa. "No se trataba solo de diversificar, sino de hacerlo con coherencia", señala. Con telas colombianas de alta calidad, las prendas ofrecen elasticidad, durabilidad y libertad de movimiento, acompañando la rutina y el bienestar diario.

Este verano, La Chula marca un nuevo hito con su llegada a Falabella del Jockey Plaza, Miraflores y La Molina desde el 29 de enero, y su participación en el pop-up de Palmas los días 6 y 7 de febrero. "Que apuesten por nosotros es una validación enorme. Le pongo el alma a cada detalle para que cada mujer se sienta cómoda, segura y ella misma", concluye Valeria.

LA CHULA

INSTAGRAM: @lachula.swim

A top-down view of a table where several children are engaged in a drawing activity. Their hands are visible, holding pencils and markers. The table is covered with various colored papers (yellow, blue, white) and drawing tools like pencils, pens, and a paint palette. In the background, there are some simple line drawings of faces on a blue sheet of paper. A large, semi-transparent purple rectangle is overlaid in the center of the image, containing the title and subtitle text.

ESPECIAL EDUCACIÓN

Aprender ya no es solo un acto académico, sino una búsqueda constante de evolución personal. Este especial analiza cómo la educación se transforma con la tecnología, la creatividad y los nuevos modelos de aprendizaje global.

EDUCACIÓN INCLUSIVA

EL GRAN RETO DE ENSEÑAR PARA TODOS



Incluir no es solo integrar: es adaptar, comprender y transformar el sistema para responder a estudiantes con necesidades educativas diferentes.

Por Daniella Bejarano Sangama

En aulas cada vez más diversas, colegios y universidades se enfrentan al reto de integrar de forma efectiva a estudiantes con habilidades diferentes, como personas con trastorno del espectro autista (TEA), TDAH, dislexia, discapacidad intelectual, sensorial o motora, entre otras condiciones. La pregunta ya no es si debemos incluir, sino cómo hacerlo bien.

Según la UNESCO, más de 240 millones de niños y jóvenes en el mundo viven con alguna forma de discapacidad, y una gran parte de ellos sigue enfrentando barreras para acceder a una educación de calidad en igualdad de condiciones. La organización insiste en que la educación inclusiva no consiste solo en integrar físicamente a los alumnos en el aula, sino en adaptar los sistemas educativos para responder a la diversidad real del alumnado.

Uno de los grandes retos es la formación del profesorado. Muchos docentes reconocen no contar con he-

rramientas suficientes para atender adecuadamente a estudiantes con TEA, TDAH u otras necesidades específicas. La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que el TDAH afecta a aproximadamente el 5% de los niños a nivel mundial, mientras que el autismo se presenta en 1 de cada 100 niños, según datos recientes. Unas cifras evidencian que no se trata de casos aislados, sino de una realidad cotidiana en las aulas.

MÁS RECURSOS, MÁS FORMACIÓN, MÁS EMPATÍA

La inclusión efectiva requiere más que buena voluntad. Implica adaptar metodologías, flexibilizar evaluaciones, incorporar apoyos visuales, tecnología asistiva, tiempos diferenciados y, sobre todo, una mirada pedagógica centrada en la persona. Estudios del Center for Disease Control and Prevention (CDC) y de la OCDE coinciden en que los entornos educativos inclusivos, bien diseñados, no solo benefician a los

estudiantes con necesidades especiales, sino que mejoran el clima escolar, fomentan la empatía y elevan el rendimiento general del grupo.

Sin embargo, persisten obstáculos estructurales: falta de recursos, escasez de especialistas y una brecha entre el discurso institucional y la práctica real. A esto se suma el peso emocional que muchas familias cargan, al tener que convertirse en defensoras permanentes de los derechos educativos de sus hijos.

Incluir no es bajar el nivel, como aún sostienen algunos prejuicios. Incluir es elevar el sistema para que nadie quede fuera. Como señala la UNESCO, "una educación verdaderamente inclusiva es aquella que reconoce la diversidad como una fortaleza, no como un problema". El reto está en pasar del discurso a la acción, con políticas, formación y recursos que permitan que la inclusión deje de ser una excepción y se convierta, por fin, en la norma.

LA INCLUSIÓN EFECTIVA REQUIERE ADAPTAR METODOLOGÍAS, FLEXIBILIZAR EVALUACIONES, INCORPORAR APOYOS VISUALES, TECNOLOGÍA ASISTIVA, TIEMPOS DIFERENCIADOS Y, SOBRE TODO, UNA MIRADA PEDAGÓGICA CENTRADA EN LA PERSONA.



UNIVERSIDAD
DE PIURA

CAMPUS LIMA

EN LA **UDEP** FORMAMOS A NUESTROS
ALUMNOS CON UNA VERDADERA VISIÓN

INTERNACIONAL

DOBLE GRADO

Obtén un título en el Perú y en el extranjero.



De Montfort University - INGLATERRA
ADM. DE EMPRESAS



The University of Queensland - AUSTRALIA
ADM. DE EMPRESAS | ECONOMÍA



Universidad Camilo José Cela - ESPAÑA
DERECHO

GRADÚATE EN EL EXTRANJERO

Estudia la mitad de tu carrera en la UDEP y culmínala en el extranjero.



The Catholic University of America - EE.UU.
George Mason University - EE.UU.
ECONOMÍA



University of Northern Iowa - EE.UU.
ADM. DE EMPRESAS



The University of Queensland - AUSTRALIA
ADM. DE EMPRESAS | ECONOMÍA

MÁSTER INTERNACIONAL

Estudia un año adicional y obtén un máster en el extranjero.



Master Burgundy School of Business - FRANCIA
ADM. DE EMPRESAS



Boston University MET Master's Degree - EE.UU.
ADM. DE EMPRESAS | ING. INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS



Master of Science in Technology, University of Northern Iowa - EE.UU.
ING. INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS



Dayton University School of Law - EE.UU.
DERECHO

INTERCAMBIO ESTUDIANTIL

Tenemos más de **140 convenios con universidades de todo el mundo** para que nuestros alumnos puedan optar por un intercambio estudiantil

Importante: Las modalidades de internacionalización UDEP están sujetas a requisitos y condiciones de las universidades extranjeras con convenio vigente. Solicita los alcances de cada convenio escribiéndonos a admisionlima@udep.edu.pe.

► **Postula
AQUÍ**



admisionudep.com

📍 Visita nuestro campus en **MIRAFLORES**

COLEGIO DE LA INMACULADA (JESUITAS)

EDUCAR PARA UN MUNDO INTERCONECTADO

Jorge Caballero, director del Colegio de la Inmaculada, explica cómo la incorporación del Bachillerato Internacional (IB) se articula con la identidad ignaciana y refuerza la formación de estudiantes conscientes, críticos y comprometidos con la transformación del mundo.



Hablar hoy de educación implica mirar más allá del aula. En un mundo interconectado, diverso y en constante transformación, formar ciudadanos globales se ha convertido en una responsabilidad clave para las instituciones educativas. En el Colegio de la Inmaculada, esta mirada no es una tendencia reciente ni un concepto incorporado por moda, sino parte esencial de su proyecto educativo y de su manera de entender la formación integral desde una identidad ignaciana.

"La ciudadanía global, para nosotros,

no es una idea abstracta ni un discurso que se queda en los libros. Es una manera de vivir, un modo de proceder que se expresa en lo cotidiano", explica Jorge Caballero, director del centro educativo. En la práctica, este enfoque se traduce en cómo los estudiantes se relacionan entre ellos, con su entorno y con la comunidad, promoviendo el respeto por la diversidad, la empatía, la inclusión y el cuidado de la llamada "casa común".

Esta ciudadanía global con raíz ignaciana parte de reconocer la interdependencia humana y la responsabili-

dad compartida frente al bien común. "Formar ciudadanos globales significa aprender a mirar más allá de uno mismo, comprender que somos parte de una comunidad humana más amplia y actuar con responsabilidad frente a ella", señala Caballero. No se trata solo de conocer el mundo, sino de sentirse responsable de él.

UNA MIRADA GLOBAL CON PROFUNDIDAD HUMANA

A diferencia de otros modelos internacionales, el enfoque ignaciano aporta una dimensión ética y espiritual que da

HOY, EN UN CONTEXTO GLOBAL, EL COLEGIO DE LA INMACULADA RESPONDE INTEGRANDO ESTÁNDARES INTERNACIONALES CON UNA FORMACIÓN CENTRADA EN LA PERSONA.

profundidad a la formación global. "No buscamos únicamente estudiantes informados, sino personas competentes, conscientes, compasivas y comprometidas", afirma el director.

Este sello se expresa en la integración entre el saber y el servicio. La formación no se queda en lo cognitivo, sino que impulsa a la acción. "Formamos hombres y mujeres para los demás, personas que no solo comprenden el mundo, sino que se remangan y actúan para transformarlo", añade. La pertenencia a una red global jesuita, presente en múltiples países y culturas, refuerza esta vivencia de la diversidad como una oportunidad de aprendizaje y crecimiento compartido.

EL IB Y LA INTERNACIONALIZACIÓN COMO COHERENCIA EDUCATIVA

En ese camino, la incorporación del Bachillerato Internacional (IB) representa un hito importante para la institución. Más que un programa académico, el IB fortalece competencias clave como el pensamiento crítico, la investigación, la apertura intercultural y la capacidad de situarse en un mundo globalizado con conciencia y responsabilidad. "El IB dialoga muy bien con nuestra propuesta ignaciana. No solo exige académicamente, sino que forma jóvenes reflexivos, abiertos al diálogo y comprometidos con la justicia y la sostenibilidad", explica el director.

Además, se articula de manera natural con otros programas de internacionalización que el colegio ya desarrolla, como el doble diploma canadiense, Cambridge y las experiencias de intercambio con colegios de Estados Unidos. Todos responden a una misma intención: ampliar la mirada de los estudiantes sin perder su identidad jesuita.

COMPETENCIAS PARA UN MUNDO CAMBIANTE

Desde la experiencia educativa del colegio, desarrollar competencias globales hoy implica formar en empatía, diálogo, pensamiento crítico y capacidad de proponer soluciones. "Aprender a escuchar, a comprender distintas realidades y a trabajar con otros es fundamental, no solo para los estudios o el trabajo futuro, sino para la vida", sostiene el director. Estas competencias



JORGE CABALLERO - DIRECTOR

se trabajan tanto dentro como fuera del aula, a través de experiencias que promueven la reflexión y la acción con impacto positivo.

TRADICIÓN VIVA Y MIRADA DE FUTURO

Con 147 años de historia, el Colegio de la Inmaculada ha demostrado que tradición y futuro no son opuestos. Hoy, en un contexto global, el colegio responde integrando estándares internacionales con una formación centrada en la persona, manteniendo su identidad y renovando sus formas de enseñar y aprender.

Para las familias que buscan una educación con proyección global y sólida formación en valores, el mensaje es claro: el colegio se concibe como un aliado en la formación integral de sus hijos. "La educación es una corresponsabilidad. Familia y colegio caminan juntos para formar personas competentes, conscientes, compasivas y comprometidas", concluye Caballero.



Dirección:

Jr. Hermano Santo García
108, Urb. Valle Hermoso,
Santiago de Surco

Página web:

www.ci.edu.pe

Instagram:

@colegiodelainmaculada.jesuitas



LAS CARRERAS DEL MAÑANA



Más allá de títulos tradicionales, surge una nueva generación de carreras profesionales que combinan tecnología, sostenibilidad y creatividad, con oportunidades laborales y sueldos de otro nivel.

Por: Anghy Covarrubias Medina

Elegir una carrera hoy es, más que nunca, una decisión estratégica. No se trata solo de tener vocación, sino también visión: entender hacia dónde se mueve el mundo, qué talentos serán escasos y qué conocimientos marcarán la diferencia entre seguir el ritmo o liderarlo. En un Perú que, luego de la pandemia del 2020, aceleró su transformación digital, tanto a nivel productivo como social, las profesiones del futuro ya no son una promesa lejana, sino una oportunidad concreta para quienes saben anticiparse.

Especialistas del mercado laboral coinciden que, para el 2030, las pro-

fesiones ligadas a la tecnología, la gestión de datos y la sostenibilidad serán protagonistas de una transformación profunda del empleo en el país. Según proyecciones de expertos y análisis sectoriales, los profesionales mejor posicionados podrían percibir ingresos que superan los S/15.000 mensuales, y en algunos casos, como en Administración Digital o Ingeniería Aeroespacial, hasta S/30.000 o más en roles estratégicos.

TECNOLOGÍA: EL PULSO DEL NUEVO MERCADO LABORAL

La digitalización no es una tendencia: es una realidad que reconfigura indus-

trias por completo. Carreras relacionadas con inteligencia artificial, ciencia de datos e ingeniería de software se perfilan como pilares de la economía del futuro. Profesionales en estas áreas no solo estarán en alta demanda, sino que liderarán procesos de innovación en sectores tan diversos como la banca digital, la salud y la educación.

La Ingeniería de Software y la Ciencia de Datos se han convertido en el eje del nuevo mundo empresarial. El auge de plataformas digitales, el análisis predictivo y los modelos basados en algoritmos hacen que estos profesionales sean indispensables para innovar, crecer y tomar decisiones estraté-

ELEGIR UNA CARRERA YA NO ES SEGUIR UNA RUTA ESTABLECIDA, SINO ANTICIPAR EL FUTURO.

gicas con impacto real.

A su lado, la Inteligencia Artificial, la Robótica y la Ciberseguridad avanzan con fuerza en sectores como la industria, la salud y los servicios. Automatizar procesos y proteger la información ya no es opcional: es una ventaja competitiva. Por eso, estos perfiles figuran entre los más demandados y mejor remunerados del mercado laboral peruano.

Más allá de los sueldos, estas carreras ofrecen algo aún más atractivo: la posibilidad de trabajar sin fronteras, liderar proyectos globales y formar parte activa de la transformación digital del país.

SOSTENIBILIDAD Y BIENESTAR MENTAL: PROFESIONES CON PROPÓSITO

Las carreras que integran estrategia, conciencia social y bienestar humano ganan un protagonismo creciente. La Gestión y Administración Digital, por ejemplo, responde a una economía que exige líderes capaces de combinar visión de negocio con innovación tecnológica y experiencia del usuario.

Asimismo, las ingenierías orientadas a la sostenibilidad, como las vinculadas a energías renovables y gestión ambiental, se posicionan como claves en un contexto donde el desarrollo responsable ya no es una opción, sino una exigencia. Estas especialidades conectan crecimiento económico con impacto positivo y visión de largo plazo.

La salud integral, la psicología y las neurociencias también emergen con fuerza. El bienestar mental y emocional se ha instalado como una prioridad social, especialmente en el entorno laboral, impulsando la demanda de profesionales preparados para responder a desafíos complejos en educación, empresas y políticas públicas.

CARRERAS TRADICIONALES: ESTRATÉGICAS Y NECESARIAS

Aunque el foco suele estar en las nuevas profesiones, las carreras tradicionales siguen teniendo un rol central. Especialidades como Ingeniería Civil, Industrial, Sistemas, Administración y Economía continúan liderando la empleabilidad, especialmente cuando se combinan con habilidades digitales y de gestión.

Asimismo, las carreras técnicas mantienen una demanda sostenida en sectores clave como construcción, minería, energía e infraestructura.



EL PERFIL DEL NUEVO PROFESIONAL PERUANO

Hoy, la diferencia no está en el título, sino en la especialización, la actualización constante y la capacidad de responder a las necesidades reales del mercado. El mensaje es claro: el mercado laboral del futuro premiará a quienes sepan aprender, reinventarse y liderar. Ya no basta con elegir una carrera "segura"; el verdadero valor está en desarrollar competencias transversales como pensamiento crítico, creatividad, liderazgo y adaptación al cambio.

Apostar por una carrera del futuro no es solo buscar mejores ingresos, sino construir una vida alineada con la innovación, el impacto y la visión global. El mañana no se espera: se diseña, desde hoy.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

¿ALIADA O AMENAZA PARA EL APRENDIZAJE?



La IA ya forma parte de colegios y universidades. Personaliza el aprendizaje y aligera tareas, pero también abre dilemas éticos sobre el rol del docente y el pensamiento crítico.

Por Daniella Bejarano Sangama

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa futurista para convertirse en una presencia cotidiana en colegios, institutos y universidades. Herramientas como ChatGPT o DeepSeek, asistentes de escritura o plataformas que ayudan a los alumnos a resumir los temas e incluso, crear mapas mentales, ya forman parte del día a día académico.

En ese sentido, la interrogante ya no es si ha llegado la IA en la educación,

sino cómo se está utilizando y, sobre todo, con qué consecuencias. Según datos de Statista, las tecnologías educativas basadas en inteligencia artificial continúan creciendo cada año y cada vez más centros incorporan sistemas capaces de personalizar contenidos en tiempo real.

LA BUENA CARA DE LA IA

Bien utilizada, la inteligencia artificial puede convertirse en una potente aliada pedagógica. Permite crear iti-

nerarios personalizados, ofrecer correcciones rápidas y detectar patrones que ayudan a intervenir antes de que un estudiante se quede atrás. Estudios recientes apuntan a incrementos de hasta un 40% en productividad académica cuando se integran sistemas de apoyo basados en IA en tareas como tutorías, refuerzo o evaluación formativa.

Para el docente, el impacto también es significativo. Automatizar parte de la corrección, la elaboración de informes o la preparación de materiales libera tiempo para lo verdaderamente importante: diseñar experiencias de aprendizaje, acompañar procesos y trabajar habilidades que ninguna máquina puede enseñar, como la empatía, el pensamiento crítico o la ética.

LOS RIESGOS DE SU USO EN LOS COLEGIOS

Pero no todo es avance. La otra cara de la moneda es clara: el uso indiscriminado de la IA puede fomentar la dependencia cognitiva, diluir el esfuerzo personal y abrir nuevas formas de fraude académico. Cuando un alumno delega por completo su trabajo en una máquina, no solo incumple normas: pierde una oportunidad real de aprendizaje. Además, la UNESCO ha advertido sobre los riesgos de implementar estas tecnologías sin marcos éticos y normativos sólidos. Incluso tienen diversos artículos donde hablan sobre la necesidad de proteger la privacidad, evitar sesgos algorítmicos y garantizar que la tecnología no amplíe la brecha digital entre centros con más y menos recursos.

UN EQUILIBRIO NECESARIO

Aliada o amenaza: la respuesta no está en la herramienta, sino en el liderazgo educativo que guíe su integración. La clave será usar la IA para amplificar lo humano, no para reemplazarlo. Porque el verdadero reto no es enseñar a convivir con máquinas inteligentes, sino formar personas más críticas, más éticas y mejor preparadas para un mundo donde la tecnología ya no es opcional.

ESTUDIOS RECIENTES APUNTAN A INCREMENTOS DE HASTA UN 40% EN PRODUCTIVIDAD ACADÉMICA CUANDO SE INTEGRAN SISTEMAS DE APOYO BASADOS EN IA EN TAREAS COMO TUTORÍAS, REFUERZO O EVALUACIÓN FORMATIVA.

AQUÍ CRECEN
LÍDERES
felices



Educación de primer nivel en el corazón de Pachacámac.



Educación sostenible y solidaria
en oasis de 50 000 m²



Enseñanza bilingüe (inglés –
castellano) y francés desde G5



Bachillerato Internacional
(IB /PYP & DP)



Almuerzo balanceado y
elaborado cada día



Aulas tecnológicas y robótica
desde los primeros años



Artes (música, teatro, etc.) y deportes
(rugby, fútbol, palestra, etc.)

ADMISIÓN 2026-2027

¡Agenda una visita guiada y
obtén un beneficio especial!



Regístrate aquí



📍 Fundo Casablanca, Pachacámac.
✉ admission@euroamericancollege.edu.pe
📞 953 808 062



Revistas.PeruRadio.net.pe



EL ARTE DE EDUCAR

JUEGO, EMOCIÓN Y CREATIVIDAD



Lejos de ser un complemento, el juego, la música y el movimiento son hoy pilares silenciosos de una educación consciente. En un mundo que exige creatividad, empatía y pensamiento flexible, educar a través del arte se perfila como una de las decisiones más estratégicas que una familia puede tomar.

Por: Anghy Covarrubias Medina

Según el Foro Económico Mundial, la creatividad, la resolución de problemas complejos y la inteligencia emocional se encuentran entre las habilidades más valoradas para el futuro del trabajo. No es casualidad que estas capacidades se cultiven, de manera natural, desde la infancia a través del juego y la expresión artística.

Además, diversos estudios internacionales señalan que los niños expuestos tempranamente a experiencias artísticas desarrollan mayores niveles de empatía y pensamiento crítico, además de una mejor autorregulación emocional. En el Perú, donde la conversación

sobre educación de calidad es una constante, esta mirada cobra especial relevancia.

EL JUEGO: UN LENGUAJE UNIVERSAL

Jugar es la primera forma que tiene un niño de entender el mundo. No responde a una lógica ni a un objetivo inmediato, sino a una necesidad profunda de explorar, ensayar y crear sentido. En ese espacio aparentemente espontáneo, el niño aprende a negociar reglas, a tolerar la frustración, esperar turnos e imaginar soluciones. Es, en esencia, un entrenamiento temprano para la vida adulta.

Desde una perspectiva educativa

contemporánea, el juego no se opone al aprendizaje académico: lo potencia. Cuando un niño construye una torre, interpreta un personaje o inventa una melodía, está desarrollando habilidades cognitivas complejas como la planificación, la toma de decisiones y la resolución de problemas. La diferencia es que lo hace desde el disfrute, no desde la presión. A través del juego simbólico, por ejemplo, los niños ensayan escenarios sociales, se ponen en el lugar del otro y desarrollan empatía de manera natural, sin necesidad de discursos formales.

Para familias que valoran una formación integral —intelectual, emocional

CUANDO EL JUEGO GUÍA EL APRENDIZAJE, LA CREATIVIDAD Y LA EMPATÍA FLORECEN DE MANERA NATURAL.



y social—, esta forma de aprender resulta no solo efectiva, sino profundamente coherente con un estilo de vida consciente, donde el bienestar emocional es tan importante como el rendimiento.

TRILOGÍA ESENCIAL: ARTE, MÚSICA Y MOVIMIENTO

El arte afina la sensibilidad; la música ordena la emoción; el movimiento conecta el cuerpo con la mente. Juntas, estas disciplinas forman una trilogía poderosa que impacta directamente en el desarrollo integral del niño. La educación lúdica entiende que un niño que baila, pinta o canta no está “perdiendo el tiempo”, sino entrenando su capacidad de concentración, su memoria, su creatividad y su autoestima.

La imaginación, estimulada a través del arte, permite a los niños pensar fuera de esquemas, proponer soluciones originales y adaptarse con mayor flexibilidad a los cambios. La música, por su parte, favorece la regulación emocional y la escucha activa, mientras que el movimiento fortalece la conciencia corporal y la seguridad en sí mismos. Todo este proceso se traduce en niños más conectados con sus emociones y más capaces de enfrentar desafíos de manera creativa.

En contextos urbanos exigentes, donde la agenda suele estar marcada por la eficiencia, la competitividad y el rendimiento, el arte ofrece un necesario contrapeso. Espacios que integran expresión artística desde edades tem-

pranas —ya sea en colegios, talleres especializados o incluso en el hogar— están formando niños más seguros, curiosos y emocionalmente estables. Es una inversión silenciosa, cuyos frutos se revelan con el tiempo.

EDUCAR CON INTENCIÓN: UNA NUEVA FORMA DE LUJO

Hoy, el verdadero lujo no pasa únicamente por la excelencia académica, sino por la calidad de la experiencia educativa. Elegir una educación que valore el juego, el arte y el movimiento es optar por una crianza con intención, donde el desarrollo emocional tiene tanto peso como el intelectual.

Esta tendencia, cada vez más presente en círculos educativos de alto nivel a nivel global, comienza a consolidarse también en el Perú. Padres y madres buscan propuestas pedagógicas que respeten el ritmo individual, fomenten la creatividad y preparen a sus hijos para un mundo cambiante, incierto y profundamente humano. No se trata de formar artistas, sino de formar personas completas: capaces de pensar con libertad, sentir con profundidad y actuar con criterio.

En definitiva, educar a través del juego y el arte no es una moda, sino una visión. Una que entiende que la imaginación es una herramienta poderosa, que la empatía se aprende en la experiencia cotidiana y que la capacidad de resolver problemas nace, muchas veces, de un niño que se permitió jugar.



COLEGIO TRENER

EDUCAR PARA PENSAR, SER Y ACTUAR EN EL MUNDO



Con más de 30 años de trayectoria, el Colegio Trener ha construido una propuesta educativa que equilibra excelencia académica y bienestar emocional. En entrevista con su directora, Cucha de Valenzuela reflexiona sobre la evolución del colegio, la formación integral y el rol de la escuela en la construcción de ciudadanos conscientes y comprometidos.

1. El Colegio Trener cuenta con más de 30 años de trayectoria. ¿Cómo ha evolucionado la propuesta educativa del colegio a lo largo del tiempo sin perder su esencia?

Desde que fundamos el colegio, partiendo de la larga experiencia que teníamos como Academia Trener, lo que ha sido fundamental es mantener siempre muy presentes nuestros propósitos, así como estar dispuestos a diseñar nuestras propias respuestas, apoyarnos en la calidad de los profesionales que trabajan con nosotros y en su capacidad de trabajar en equipo. Todo debe tener un sentido y un impacto claro en la mejor formación y en el aprendizaje de nuestros alumnos.

2. En Trener hablan de un equilibrio entre excelencia académica y bienestar emocional. ¿Cómo se vive este enfoque en el día a día de los estudiantes?

Nos hemos preocupado mucho de elegir, para cada edad y cada área curricular, maneras de aprender y de plantear situaciones educativas que aseguren no solo aprendizajes concretos, sino también el desarrollo de actitudes, talentos y formas de ser. Trabajamos en proyectos y promovemos el aprendizaje cooperativo, que son dos buenos ejemplos de esto. Son formas de aprender que ponen al estudiante en acción como persona y le permiten desarrollar otras habilidades. También

diseñamos actividades diferenciadas dentro del aula, donde los chicos pueden tomar decisiones, elegir y recibir feedback para corregir y mejorar, dentro de una mentalidad de crecimiento.

El lema del colegio es: "Un lugar para pensar y ser", y los chicos lo usan mucho para expresar lo que vivimos aquí. Así se genera crecimiento, bienestar emocional y, al mismo tiempo, se responde a la alta exigencia académica que nos permite estar en listas de excelencia de las universidades más importantes.

3. El colegio ofrece un entorno bilingüe y trilingüe, con inglés y francés, además de intercambios internacio-

EL COLEGIO TRENER COMBINA RIGOR ACADÉMICO Y BIENESTAR EMOCIONAL COMO BASE DE SU MODELO FORMATIVO.

nales. ¿Qué impacto tiene esta formación global en el desarrollo de los alumnos?

Definitivamente, los idiomas abren puertas al mundo, a otras culturas y a otras maneras de pensar. No solo para el futuro, sino para la vida escolar. El manejo de idiomas amplía la experiencia y genera un mayor desarrollo del pensamiento lógico y de la flexibilidad mental. Los exámenes internacionales, como los de la Universidad de Cambridge o el DELF de Ministerio de Educación de Francia, son solo una prueba más del desarrollo que alcanzan.

4. Trener es un colegio IB y obtuvo la autorización para el Diploma en menos de un año. ¿Qué significa este logro para la comunidad educativa y para el perfil del estudiante que forman?

La autorización del IB abre nuevas puertas para nuestros alumnos, especialmente ahora que hay un creciente interés por continuar estudios en el extranjero.

Además, todo el proceso fue una excelente oportunidad para revisar nuestra propuesta educativa, enriquecerla e incorporar nuevas ideas. También nos permitió reafirmar nuestro enfoque educativo y comprobar que lo que ya veníamos haciendo, con un diseño propio desarrollado a lo largo de los años, estaba alineado con lo que propone una organización tan importante como el IB.

5. La atención personalizada es uno de sus pilares. ¿Cómo trabajan los tutores para acompañar de cerca a cada alumno y a su familia?

Es uno de los retos más grandes. La tutoría es una estrategia clave para nosotros. Le dedicamos un periodo diario para que los tutores tengan el tiempo necesario para atender la diversidad de aspectos que implica acompañar a cada alumno.

Los tutores lideran equipos de profesores por aula y cuentan con el apoyo de psicólogos, especialistas en aprendizaje y directores de nivel que trabajan con pocos grados, lo que permite una atención más profunda y continua.

Nuestro departamento psicopedagógico cuenta con alrededor de doce especialistas que orientan y acompañan permanentemente el trabajo de los tutores y docentes. Es un trabajo en



equipo, con muchos espacios de diálogo, reflexión y coordinación, donde las familias también forman parte activa del proceso.

6. Más allá del rendimiento académico, Trener pone énfasis en la conciencia social y el compromiso con el entorno. ¿Cómo se forman estudiantes íntegros y comprometidos desde el aula?

El enfoque de aprendizaje donde el alumno es protagonista ya forma, de

por sí, estudiantes comprometidos, responsables y proactivos, que desarrollan su autonomía moral y cognitiva. Además, generamos oportunidades para que los estudiantes conozcan su entorno, la diversidad y los retos del país. A través de tutorías donde se analizan noticias de actualidad, viajes de estudio dentro del Perú y proyectos de servicio comunitario en cada grado, los alumnos desarrollan conciencia social y compromiso con la sociedad y el planeta.

1. EL COLEGIO TRENER FORMA ESTUDIANTES COMPROMETIDOS, RESPONSABLES Y PROACTIVOS.
2. CUCHA DE VALENZUELA, DIRECTORA DEL COLEGIO TRENER.
3. SEDE DEPORTIVA PACHACAMAC.

LEER PARA CRECER



Fomentar el hábito lector en los primeros años de vida no solo mejora el lenguaje, sino que crea vínculos, despierta la curiosidad y sienta las bases del aprendizaje permanente.

La importancia de la lectura a temprana edad va mucho más allá de aprender a reconocer letras o palabras. Leer desde la infancia es una experiencia que estimula el desarrollo integral del niño o niña, fortaleciendo habilidades cognitivas, emocionales y sociales que serán claves a lo largo de su vida. Diversos estudios coinciden en que el contacto temprano con los libros favorece el desarrollo del lenguaje, amplía el vocabulario y mejora la capacidad de comprensión y expresión.

Durante los primeros años, el cerebro infantil se encuentra en una etapa de máxima plasticidad. Escuchar cuentos, observar imágenes y asociar palabras con emociones permite crear conexiones neuronales fundamentales. Además, la lectura compartida fomenta la atención, la memoria y la imaginación,

habilidades esenciales para el aprendizaje escolar y la resolución de problemas.

Esta práctica también cumple un rol afectivo fundamental. Cuando un adulto lee a un niño, se genera un espacio de cercanía, seguridad y confianza. Ese momento compartido refuerza el vínculo emocional, ayuda a regular las emociones y transmite calma. Para el niño, el libro se asocia a una experiencia positiva, lo que incrementa las probabilidades de que desarrolle un gusto genuino por la lectura en el futuro.

Un hábito clave para el desarrollo infantil

Desde el punto de vista social, los libros permiten a los niños comprender el mundo que los rodea. A través de los personajes y las historias, aprenden a identificar emociones, a desarrollar

empatía y a reconocer diferentes realidades. La lectura temprana se convierte así en una herramienta poderosa para el desarrollo de habilidades sociales y valores como el respeto y la tolerancia.

Fomentar el hábito desde casa no requiere grandes recursos. Basta con dedicar unos minutos al día, elegir libros adecuados a la edad y permitir que el niño explore, haga preguntas y participe activamente. No se trata de leer perfecto, sino de disfrutar el proceso. En un entorno donde los libros están presentes, los niños crecen con mayor confianza, curiosidad y capacidad.

LEERLE A UN NIÑO ES REGALARLE PALABRAS, TIEMPO Y SEGURIDAD EMOCIONAL.

LA LECTURA COMPARTIDA FORTALECE EL VÍNCULO AFECTIVO ENTRE ADULTOS Y NIÑOS DESDE LOS PRIMEROS MESES.

PATRICIA STUART: “INNOVAR CON PROPÓSITO ES NUESTRA MANERA DE TRANSFORMAR VIDAS Y CONSTRUIR PAÍS”

La rectora de la Universidad de Lima revela la visión que impulsa a una institución sin fines de lucro que hoy lidera en excelencia académica, innovación tecnológica e internacionalización, formando a los profesionales que marcarán el futuro del Perú.

Hablar con Patricia Stuart, rectora de la Universidad de Lima, es encontrarse con una visión clara del futuro: un país que necesita líderes íntegros, innovadores y con mirada global. Desde su gestión, Stuart impulsa una universidad que combina tradición, modernidad y propósito. “Como institución sin fines de lucro, reinvertimos todo en aquello que transforma la vida de nuestros estudiantes: infraestructura de calidad mundial, investigación con impacto real y servicios que cuidan su bienestar emocional, académico y personal”, afirma.

Esa apuesta se materializa en la expansión académica. Las nuevas carreras de Ingeniería Mecatrónica e Ingeniería Ambiental reflejan una lectura precisa de las demandas contemporáneas: automatización, robótica, sostenibilidad y gestión ambiental. “La tecnología es un lenguaje que

exige sensibilidad ética y mirada crítica. Nuestros estudiantes trabajan en laboratorios como el Smart Factory, donde experimentan con simulación, automatización y control, muy cerca de los retos reales del entorno productivo. Queremos que comprendan cómo funcionan los sistemas, pero también el impacto que tienen en las personas y en el ambiente. Esa combinación de rigor, responsabilidad y visión de futuro es la esencia de nuestra formación”.

LIDERAZGO CON MIRADA GLOBAL: TALENTO QUE TRASCIENDE FRONTERAS

La dimensión global es otro pilar esencial. Con más de 190 convenios alrededor del mundo, segundos grados y programas colaborativos con universidades de élite, la internacionalización en la Ulima va más allá de viajar: forma mentalidades abiertas, preparadas para entornos multiculturales y competitivos. “Queremos que nuestros estudiantes tengan la seguridad de que pueden desarrollar su talento en Lima, Nueva York, Madrid o Tokio”, comenta.

El prestigio de la Universidad también se refleja en sus egresados. Según MyDNA (2024), la mayoría de CEO y gerentes generales del país han pasado por sus aulas, un mérito que Stuart atribuye al modelo formativo centrado en la ética, el pensamiento crítico, el emprendimiento y el liderazgo con propósito. “No se trata solo de dirigir empresas; se trata de generar impacto positivo, de inspirar equipos y construir oportunidades”, señala.



LA UNIVERSIDAD DE LIMA CUENTA CON MÁS DE 190 CONVENIOS INTERNACIONALES, SEGUNDOS GRADOS Y PROGRAMAS COLABORATIVOS CON INSTITUCIONES DE ÉLITE.

UN CAMPUS QUE EVOLUCIONA E INSPIRA

La vida en el campus es otro elemento que encanta a los estudiantes. El plan maestro al 2050 —una inversión superior a 1 000 millones de soles— contempla más áreas verdes, laboratorios especializados, espacios deportivos de primer nivel y la nueva Biblioteca que se inaugurará en 2026, concebida como un epicentro de creatividad, investigación e innovación. Además, la Universidad impulsa proyectos estratégicos fuera de Lima, como el Instituto Tecnológico en Chancay, alineado al crecimiento logístico, agroexportador y económico del país.

“Educar es un acto de esperanza y responsabilidad”, concluye Stuart. “Nuestro compromiso es formar profesionales capaces de innovar con sensibilidad humana, de construir soluciones y de liderar un Perú más moderno, sostenible y competitivo”.



CIBERBULLYING

UNA AMENAZA SILENCIOSA



El acoso digital crece y afecta profundamente la salud emocional de niños y adolescentes, exigiendo respuestas urgentes desde la familia, la escuela y la sociedad.

En un mundo cada vez más conectado, el bullying ha dejado de limitarse al patio del colegio. Hoy, la violencia se traslada a pantallas, a través de las redes sociales o incluso dentro de los espacios de juegos en línea. Según datos de UNICEF, uno de cada tres jóvenes a nivel mundial ha sido víctima de ciberbullying, una cifra que ha aumentado de manera sostenida en la última década con la expansión de las plataformas digitales y el acceso temprano a dispositivos móviles. A diferencia del acoso tradicional, el ciberbullying no tiene horarios ni fronteras, lo que intensifica su impacto emocional y psicológico.

Este fenómeno no solo se caracteriza por mensajes ofensivos o burlas aisladas. Tal como explica la psicóloga Antonella Rozas, directora clínica del Centro Psicológico Ailar, el ciberbullying es una amenaza silenciosa porque muchas veces no deja marcas visibles

y el niño suele callar por vergüenza o miedo a que la situación empeore.

El bullying —y especialmente el ciberbullying— implica conductas repetidas en el tiempo, una relación de poder desigual y un impacto emocional profundo que genera miedo, inseguridad y una huella duradera en la víctima.

Las señales de una posible situación de bullying no siempre son evidentes. Pueden variar según la edad, el contexto y la forma en que cada persona expresa su malestar. En niños, suelen manifestarse a través de cambios conductuales como irritabilidad, llanto frecuente o rabietas, así como síntomas físicos como dolores de cabeza o malestares estomacales. En adolescentes, el impacto suele observarse a nivel emocional: aislamiento social, decaimiento anímico o pérdida de interés por actividades que antes disfrutaban. Cuando las palabras no aparecen, el

cuerpo y la conducta toman acción.

En el entorno digital, no todo puede justificarse como una “broma”. La psicóloga Rozas advierte que una broma deja de serlo cuando genera dolor, humillación o incomodidad. Por su carácter silencioso y permanente, el ciberbullying puede convertirse en una de las formas de acoso más graves, ya que no tiene pausas visibles ni espacios seguros para quien lo vive.

La prevención, subraya la especialista, comienza en casa. El ejemplo de los adultos es clave para enseñar empatía, respeto y una gestión emocional saludable. Validar las emociones, reconocer errores y pedir disculpas ayuda a los hijos a sentirse vistos y seguros, en un vínculo donde los cuidadores son una base fundamental de seguridad emocional. Asimismo, fomentar una comunicación asertiva desde edades tempranas —aprendiendo a poner límites y expresar incomodidad— es una herramienta poderosa de protección.

Cuando un niño o adolescente se anima a contar que está siendo acosado, la respuesta adulta es determinante. Escuchar, creer y brindar contención emocional es esencial; minimizar la situación o responsabilizar a la víctima solo profundiza el daño. Desde la primera sospecha fundada, el protocolo escolar debe activarse de manera oportuna, con padres y cuidadores aliados y trabajando junto a la institución educativa.

La intervención temprana desde la familia y el colegio, junto con un acompañamiento psicológico cuando es necesario, es clave para prevenir secuelas emocionales a largo plazo.

ANTONELLA ROZAS,
DIRECTORA CLÍNICA
DEL CENTRO
PSICOLÓGICO AILAR.





Colegio
ALPAMAYO

Despertamos **HUMANIDAD**



ADMISIÓN 2026-2027

→ **TRASLADOS**
→ **ADMISIONES PRESCHOOL**

www.alpamayo.edu.pe



+51 946 166 259

admisiones@alpamayo.edu.pe

Bucaramanga 145, Mayorazgo

MIGRAR PARA APRENDER

CUANDO ESTUDIAR FUERA SE CONVIERTE EN ESTRATEGIA DE VIDA



La movilidad académica crece tras la pandemia y consolida a España, Canadá, Australia y Estados Unidos como destinos clave para una generación global.

Por Daniella Bejarano Sangama

Migrar por estudios se ha convertido en una estrategia cada vez más común entre jóvenes peruanos que buscan ampliar horizontes académicos, mejorar su empleabilidad y vivir una experiencia formativa internacional. En 2025, la migración educativa consolidó su crecimiento como una de las principales vías de movilidad juvenil, impulsada por la globalización del conocimiento, la competencia laboral y la búsqueda de sistemas educativos más especializados.

Según estimaciones actualizadas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), más de 6,9 millones de estudiantes cursan estudios superiores fuera de su país de origen, una cifra que mantiene la

tendencia al alza tras la recuperación postpandemia. América Latina es una de las regiones con mayor crecimiento relativo, y Perú destaca como uno de los países con mayor aumento de estudiantes en movilidad académica en los últimos cinco años.

CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS ENTRE LOS DESTINOS FAVORITOS

Entre los destinos más elegidos por los estudiantes peruanos, España lidera el ranking en Europa, seguida de Estados Unidos, Canadá y Australia. Las razones son múltiples: idioma, afinidad cultural, calidad académica, redes migratorias ya consolidadas y, en algunos casos, políticas públicas que facilitan el acceso a estudios de posgrado.

Estados Unidos continúa siendo un

polo académico por su liderazgo en investigación y universidades de prestigio, aunque el aumento de costos y los procesos migratorios más estrictos han moderado su crecimiento. Canadá y Australia, por su parte, mantienen una fuerte demanda gracias a sus políticas de trabajo para estudiantes internacionales y sus programas orientados a la empleabilidad, que permiten combinar estudios con experiencia laboral.

España, sin embargo, vive un momento especialmente atractivo para los estudiantes peruanos.

ESPAÑA COMO PUERTA ACADÉMICA A EUROPA

En 2025, España se consolidó como uno de los principales destinos para estudiantes latinoamericanos. Según

LA EXPERIENCIA INTERNACIONAL NO SOLO AMPLÍA LA FORMACIÓN ACADÉMICA, SINO QUE TAMBIÉN FORTALECE COMPETENCIAS INTERCULTURALES CLAVE PARA EL MERCADO LABORAL GLOBAL.

datos del Ministerio de Universidades de dicho país, más de 250.000 estudiantes internacionales están actualmente matriculados en universidades españolas, con un crecimiento destacado de alumnos procedentes de América Latina.

Para los peruanos, ciudades como Madrid y Barcelona concentran gran parte de la demanda por su amplia oferta universitaria, conexiones internacionales y oportunidades profesionales. Universidades públicas y privadas, escuelas de negocio y centros especializados ofrecen programas de máster, doctorado y formación ejecutiva alineados con las demandas del mercado global.

EL EFECTO DEL "BOOM MIGRATORIO" EN LAS UNIVERSIDADES PERUANAS

El auge de la migración educativa no solo transforma a los estudiantes, sino también a las universidades en nuestro país. En 2025, muchas instituciones han intensificado sus convenios internacionales, programas de doble titulación y alianzas con universidades extranjeras para responder a un perfil de estudiante cada vez más global.

La internacionalización ya no se limita a intercambios puntuales. Hoy incluye programas conjuntos, clases impartidas en inglés, certificaciones internacionales y formatos híbridos que combinan estudios en Perú y en el extranjero. Este movimiento busca evitar la fuga total de talento y, al mismo tiempo, preparar a los estudiantes para competir en un mercado laboral internacionalizado.

INVERTIR EN EDUCACIÓN

Migrar para aprender ya no es solo una experiencia académica o un intercambio cultural: es una decisión estratégica. Los estudiantes peruanos buscan no solo mejores títulos, sino también exposición internacional, redes profesionales, dominio de idiomas y acceso a mercados laborales más amplios.

En este contexto, la educación internacional se consolida como una herramienta de movilidad social, crecimiento profesional y construcción de un perfil verdaderamente global. Migrar para aprender ya no es una excepción: es una de las nuevas formas de construir futuro.

LAS UNIVERSIDADES Y PROGRAMAS INTERNACIONALES APUESTAN POR METODOLOGÍAS COLABORATIVAS Y ENTORNOS MULTICULTURALES QUE PREPARAN A LOS ESTUDIANTES PARA CARRERAS CON PROYECCIÓN GLOBAL.



LO QUE POCOS SABEN DE LAS UNIVERSIDADES DE ANDALUCÍA

Ciudades andaluzas como Sevilla, Málaga, Granada y Córdoba están emergiendo con fuerza en el mapa académico internacional. La razón no es solo su calidad de vida o su atractivo cultural, sino también un factor económico clave: la Junta de Andalucía asume la gran mayoría del costo de los másteres universitarios oficiales en universidades públicas a través de una bonificación del 99% de los créditos aprobados en primera matrícula.

Este sistema de financiación la convierte en una de las comunidades autónomas más competitivas de Europa en términos de relación calidad-precio. Para estudiantes internacionales, incluidos los peruanos, esto puede traducirse en másteres oficiales con costos significativamente más bajos que en otras regiones del viejo continente, manteniendo estándares académicos homologados en el Espacio Europeo de Educación Superior.

EDUCACIÓN FINANCIERA EN LAS ESCUELAS

LA MATERIA PENDIENTE



Incorporar la educación financiera desde edades tempranas permite que niños y adolescentes desarrollen habilidades clave para tomar decisiones responsables y afrontar con mayor seguridad los desafíos económicos de la vida adulta.

La educación financiera se ha convertido en una necesidad urgente en un contexto marcado por la incertidumbre económica, la digitalización y el acceso temprano a productos financieros. Sin embargo, a pesar de su importancia, sigue siendo un tema poco presente en los planes de estudio escolares. Enseñar finanzas en las escuelas no busca formar expertos en economía, sino ciudadanos

capaces de comprender, gestionar y planificar sus recursos de manera responsable.

Diversos informes internacionales han demostrado que un bajo nivel de educación financiera limita las oportunidades y aumenta la vulnerabilidad ante crisis económicas. La pandemia dejó en evidencia esta realidad, impulsando a muchas personas a interesarse por mejorar sus conocimientos financieros. No obstante, cuando la educación comienza en la adultez, suele ser tardía y reactiva. Por ello, introducir estos contenidos desde la infancia resulta clave para generar hábitos saludables y sostenibles.

EDUCACIÓN CLAVE PARA EL FUTURO ECONÓMICO

Desde la escuela, los estudiantes pueden aprender conceptos básicos como el manejo del presupuesto, el valor del ahorro, el uso responsable del crédito y la toma de decisiones informadas. Estos aprendizajes no solo impactan en el ámbito económico, sino que fortalecen habilidades como la planificación, la responsabilidad y el pensamiento crítico. Además, contribuyen a reducir la ansiedad relacionada con el dinero y promueve una relación más consciente y responsable con el consumo o al adquirir algún bien.

Organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) advierten que, aunque existe una creciente conciencia sobre la importancia de la educación financiera, su integración en los sistemas educativos avanza lentamente. Entre los principales desafíos se encuentran la formación del profesorado y la necesidad de programas adaptados a la realidad digital actual.

Impartir educación financiera en las escuelas es una inversión a largo plazo. Preparar a los estudiantes para comprender el mundo económico en el que viven no solo mejora su bienestar individual, sino que también contribuye a construir sociedades más informadas, resilientes y equitativas.

LA EDUCACIÓN FINANCIERA NO ES SOLO UNA HERRAMIENTA ECONÓMICA, SINO UNA HABILIDAD PARA LA VIDA.

Despertamos **HUMANIDAD**



Colegio
Salcantay



ADMISIÓN 2026-2027

→ **TRASLADOS**
→ **ADMISIONES PRESCHOOL**

 www.salcantay.edu.pe



 **+51 946 166 259**

 admisiones@salcantay.edu.pe

 Av. Juan XXIII 107, Monterrico, Surco



COLOMBIA, EL NUEVO DESTINO DE CORE CAPITAL GROUP

DIEGO ALMEYDA MARCA EL LIDERAZGO DE ESTA EXPANSIÓN

Con una carrera marcada por el desarrollo de negocios, la autogestión y la construcción de empresas desde cero, Diego Almeyda asume uno de los retos más importantes de su vida profesional: liderar la operación de Core Capital Group en Colombia. Su historia combina disciplina y una profunda convicción por hacer empresa con valores.

UN ESPÍRITU EMPRENDEDOR QUE NACIÓ TEMPRANO

El camino empresarial de Almeyda comenzó muy joven y en circunstancias poco convencionales. A los 18 años, mientras prestaba servicio militar en Egipto como parte del Batallón Colombia, recibió un mensaje que marcaría su rumbo, "mi mamá me dijo: Cuando regreses te voy a contar cómo encontré la forma de ser millonaria. Imagínate escuchar eso a los 18 años, estando al otro lado del mundo".

Ese mensaje lo introdujo al mundo del crecimiento personal y las redes de mercadeo, una experiencia que fue decisiva para crear una mentalidad de emprendimiento. "Empecé a recibir información que nunca me habían enseñado en el colegio, entendí que había otra opción distinta a ser empleado, que uno podía crear su propio camino", cuenta Diego Almeyda.

Especializado en dirección de negocios con énfasis en mejoramiento de procesos administrativos y operativos, Diego, aunque se formó como ingeniero civil, nunca vio la carrera como su destino final. "La universidad me enseñó algo muy valioso: a resolver problemas y a ser metódico. Eso me ha servido en todos mis negocios", señala.

EL ENCUENTRO CON CORE CAPITAL

Con ese espíritu emprendedor, Diego Almeyda, a los 20 años ya generaba ingresos en dólares, viajaba por la región y comenzaba a invertir. Con los años, Almeyda ha pasado de ser dueño de una revista a tener bares y restaurantes hasta llegar al negocio inmobiliario. "Puedo decir que uno de mis proyectos más representativos fue la creación de una revista de nicho que logró escalar de cero a facturar más de mil millones de pesos colombianos al año. Siempre he creído que emprender es un camino posible. La vida te

va poniendo las oportunidades, y uno decide si tomarlas o no", afirma el reconocido empresario.

Es en ese panorama que Diego conoce a Core Capital y se inicia un proceso que califica como *conocerse mutuamente*. "Antes de invertir no sabía nada de Core Capital, ni del Grupo Edifica. Después de pasar por muchas oportunidades de inversión positivas o negativas, empresas grandes y chicas, puedo asegurar que la clave está en conocer a las personas detrás de los profesionales", explica.

Así, durante un año, el empresario colombiano se convirtió en inversionista de la empresa, conoció al equipo y validó el modelo desde dentro. "Gracias a esa experiencia puedo decir que yo no solo hablo de Core Capital y sus fondos de inversión, participo de ellos. Eso me permite transmitir confianza, porque cuando hablas desde la experien-

cia, el mensaje es distinto”, afirma. El resultado fue más allá de la inversión: gracias a este conocimiento profundo de la compañía, logró convertirse en un primer enlace de confianza de la empresa peruana en Colombia.

LIDERAR COLOMBIA: UN RETO MAYOR

Gracias a este trabajo en conjunto, en diciembre de 2025, el equipo directivo de Core Capital Group le propuso a Almeyda asumir el liderazgo de la operación en Colombia, una decisión que implicaba dejar proyectos propios y concentrarse al 100% en este nuevo desafío. “Fue un honor que pensarán en mí. Cuando vi lo que Core Capital había logrado en Perú y la proyección que tenía para Colombia, dije: esta es una ola que apenas está empezando a crecer”, cuenta.

En la actualidad, ya nombrado como Gerente General de Core Capital Inversiones SAS (Core Capital Colombia), Diego se encuentra en el proceso de construir un equipo ganador. “Con un buen equipo, todo lo demás empieza a fluir”, asegura. “La sede principal estará en Bogotá, además tenemos aliados fuertes en otras ciudades colombianas”, añade.

“Después de pasar por muchas oportunidades de inversión, positivas y negativas, puedo asegurar que la clave está en conocer a las personas detrás de los profesionales”.



Juan Manuel Venegas, Miguel Rey, Aldo Fuertes, Juan Carlos Tobón, Luis Marcelo Indacochea y Diego Almeyda, el equipo de trabajo que va consolidándose en Core Capital Colombia.

El objetivo es ambicioso: que Colombia iguale o supere los resultados de Perú en el mediano plazo. Para este año, la meta es levantar 32 millones de dólares y sumar alrededor de 150 inversionistas. “Es un reto grande, porque estamos empezando, pero es sumamente motivante. Me encanta, me reta y me mueve.”, afirma Diego.

“Asumo este cargo con un profundo compromiso, pero sobre todo con mucha ilusión. Core Capital SAFI se ha consolidado como una de las firmas de inversión preferidas en Perú para el financiamiento de proyectos en Estados Unidos, por lo tanto, el paso que estamos dando como Core Capital Group con nuestra oficina en Colombia, es el reflejo de un trabajo sostenido que marca una nueva etapa. Me entusiasma ser parte del equipo humano que está impulsando esta visión”, concluye.

REPRODUCE LA ENTREVISTA COMPLETA **AQUÍ.**



DE PERÚ A COLOMBIA

Miguel Rey asumió, también, uno de los retos más importantes de su carrera profesional al mudarse junto a su familia de Lima a Bogotá para sumarse a la expansión de Core Capital Group en Colombia. Con más de cinco años de trayectoria dentro del Grupo Edifica, este nuevo desafío representa para él un reconocimiento a su trabajo y un compromiso mayor.

“Es una mezcla de orgullo y responsabilidad”, dice Miguel, quien asumió el liderazgo comercial y la relación con inversionistas en esta expansión. “En Core Capital escuchamos y entendemos la necesidad de las personas, y la respuesta en Colombia ha sido muy positiva”, asegura. Aunque Perú y Colombia comparten afinidades culturales, Rey reconoce que empezar desde cero requiere paciencia, estrategia y, sobre todo, confianza.

Durante sus primeros meses en Bogotá, su enfoque ha estado en construir relaciones sólidas, respaldado por la experiencia adquirida en Perú y el apoyo constante del equipo regional. Para Rey, la clave del crecimiento está en formar un equipo alineado, competente y con afinidad humana, capaz de transmitir los valores de la empresa al mercado colombiano.

En lo personal, destaca la importancia del bienestar familiar como base para un buen desempeño profesional. La rápida adaptación de su esposa e hijos ha sido fundamental para asumir el reto con tranquilidad. Con metas ambiciosas pero claras, Miguel Rey proyecta un crecimiento sostenido, convencido de que el trabajo constante y la coherencia entre valores personales y corporativos serán determinantes para el éxito de Core Capital Group.

FAVORITOS QUE INSPIRAN

Ideas que celebran el diseño, el cuidado personal y los detalles bien pensados. Una guía para descubrir marcas y productos que suman estilo a tu día a día.

1

ESSENCIAL ATRAI FEMENINO - NATURA
INCLUYE UN EAU DE PARFUM FEMENINO DE 50 ML Y UN ACEITE DE MASAJE CORPORAL DE 120 ML. EL PRIMERO COMBINA LA SENSUALIDAD DE LA ROSA CON LA CREMOSIDAD DEL CHOCOLATE Y EL BRILLO DE LA PIMIENTA ROSA BRASILEÑA, MIENTRAS QUE EL SEGUNDO BRINDA HIDRATACIÓN PROFUNDA, DEJANDO LA PIEL SUAVE Y PERFUMADA POR HORAS.
PRECIO: S/139
IG: @NATURA.PERU



2

AGENDAS DE BOLSILLO - MARTINA PAPELERÍA
LAS AGENDAS DE BOLSILLO DE MARTINA PAPELERÍA SE ENCUENTRAN EN OFERTA DE S/ 55.00 A S/ 35.00. SON AGENDAS PERSONALIZADAS CON PAPEL DECORATIVO FINO ITALIANO. ADEMÁS, CUENTAN CON LINOS METÁLICOS EN EL LOMO. HAY MÁS DE 100 MODELOS A ELEGIR.
CELULAR: 993702648
MAIL: MARTINAGIRAU.ARTE@GMAIL.COM
IG: @MARTINAPAPELERIA



3

MONTURAS PARA NIÑOS - THE FRIEND OF PABLO
THE FRIEND OF PABLO AHORA TIENE UNA NUEVA SELECCIÓN DE MONTURAS EXCLUSIVA PARA NIÑOS. PUEDES AGREGAR TUS LUNAS A MEDIDAS DESDE S/ 99.00.
IG: @THEFRIENDOFPABLO



4

TOPS TEJIDOS - LIANI WISDOM
TOP DE TEJIDOS SUTILES EN UN DIÁLOGO PERFECTO ENTRE BLANCO Y NEGRO. UNA PIEZA QUE EQUILIBRA TEXTURA, CONTRASTE Y SOFISTICACIÓN. ES PARTE DE LA COLECCIÓN DE VERANO ARMONÍA MONTECATINI.
DISPONIBLE EN TIENDA Y WEB.
IG: @LIANIWISDOM
WEB: LIANIWISDOM.COM

5

FACE STICK SPF 30 - SUN BUM
EL ALIADO PERFECTO PARA TUS DÍAS AL SOL. CON ACABADO MATE, AROMA A PLÁTANO Y VITAMINA E, SE DESLIZA SUAVEMENTE Y CABE EN CUALQUIER BOLSILLO. ES RESISTENTE AL AGUA, PROTEGE TU PIEL Y CUIDA EL MAR. IDEAL PARA LA PLAYA Y FÁCIL DE REAPLICAR TODO EL VERANO.



TANTO MOVIMIENTO

¡VAMOS A LA PLAYA!

Asia Sur recorrió varias playas de Asia y del sur chico durante el verano para observar cómo las personas disfrutaban de sus vacaciones. Entre risas, juegos y paseos, familias y amigos comparten momentos de alegría, creando recuerdos inolvidables bajo el sol, el mar y la brisa marina que caracteriza la costa.

- 1.** Bruna Garcia y Valeria Capurro. **2.** Lucia Von Ehren, Galia Panichi, Maia Estrada, Brianna Pitchon y Valeria Pinedo. **3.** Lorena Chavez, Ricardo Delgado, Gracia Bell-Taylor, Karin Jiras y Pedro Silva. **4.** Isabella Liziola e Ignacia Castro. **5.** Santiago Martinez y Matias Roe. **6.** Sienna Ciccía y Emilia Ramos. **7.** José Augusto Mises y Sebastian Holler. **8.** Fransico Rodriguez Larrain y Macarena Larrain. **9.** Nader Abugattas, Luka Garatea, Diego Ugarte y Santiago Ramires. **10.** Irene Velasquez, Daphne Babatsias y Micaela Barrios. **11.** Matias Echecopar, Alessandra Boschieri y Moises Velez. **12.** Victor González, Maria Fe González, Marcel Marchand, Lucienne Marchand, Francois Marchand, Francois Marchand y Diego Gonzalez. **13.** Valeria Arevalo, Lusiane Wetzell, Micaela Arevalo y Constanza Checa. **14.** Francesca Torrico, Joaquín Burgos e Isabella Tramuttola. **15.** Luciana Hernandez, Domenica Chueca y Aitana Chueca. **16.** Ronia Salem y Alvaro Velarde.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



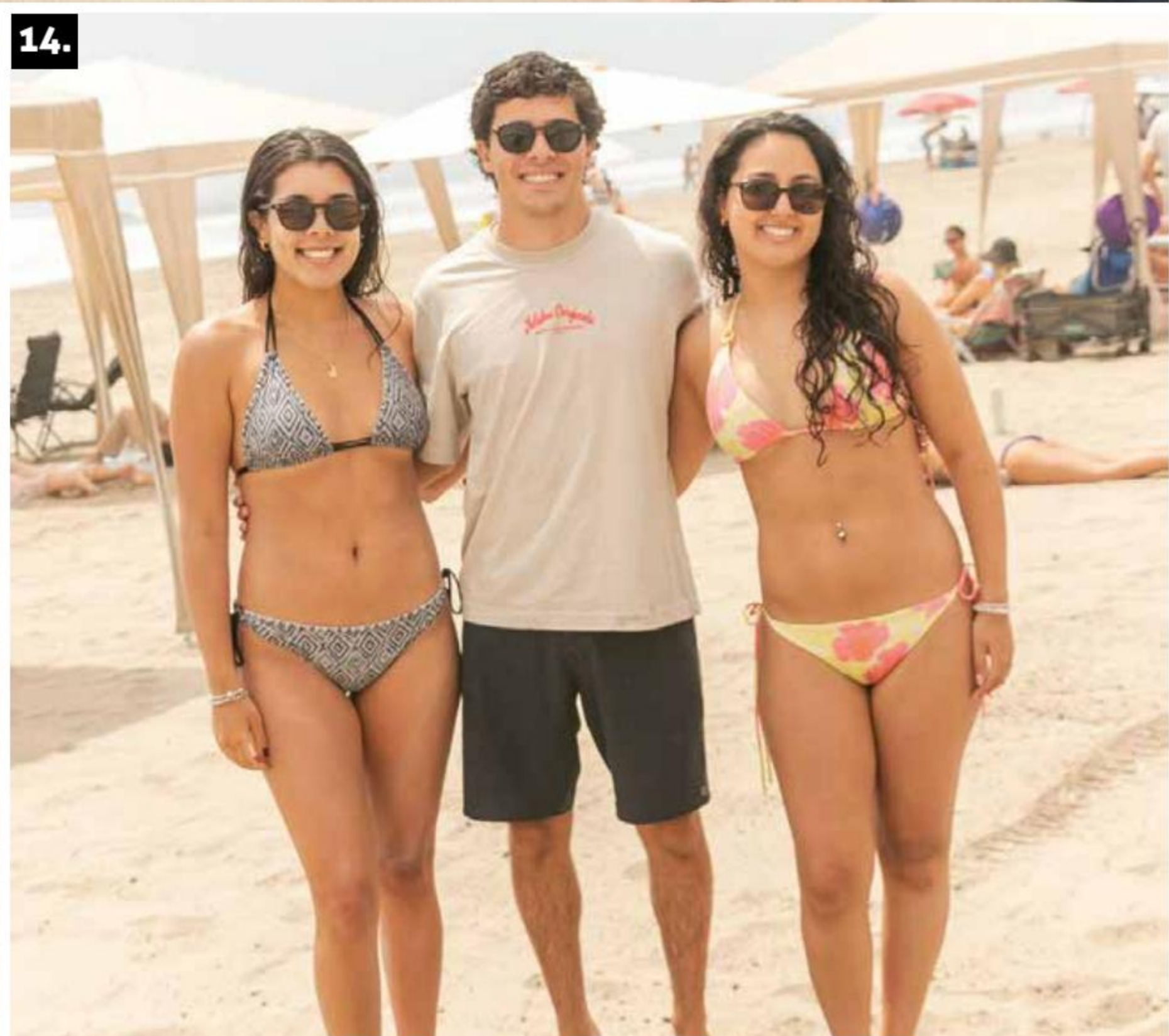
12.



13.



14.



15.



16.



KOHLER®

SpaViva™ Tu spa diario en casa

Una ducha de mano con poderosos jets MicroBubble y Katalyst que revitalizan tu piel desde los poros, más un dispositivo de limpieza magnético con cepillo facial, corporal, exfoliante y masajeador.



KOHLER.COM

Rivelsa: Av. Tomás Marsano 2596, Miraflores ☎ 981089186
Kohler Signature Store: Av. Santa Cruz 398, San Isidro
www.rivelsa.com.pe 📱📷 rivelsa.acabados 📷 kohlerbyrivelsa



RIVELSA

LO MÁS COMPLETO EN ACABADOS

PISCO SOUR EN PLAYA BONITA

Como todos los sábados de verano, desde hace más de 10 años es tradición en Playa Bonita que un grupo de amigos se reúna para compartir en camaradería y tradición, brindando con nuestra bebida bandera: el pisco sour. En esta oportunidad, los anfitriones fueron Renzo Valverde, Fernando Rodríguez, Alvaro Vizcardo y Rolo Cevasco. El evento fue amenizado por Marco Romero y sus músicos.

1. Francisco Rodríguez, Renzo Valverde, Rolo Cevasco, Alvaro Vizcardo. **2.** Belisario Tijero, Mario Olerti y Alex Von Heren. **3.** José Barriga y Luigu Belloni. **4.** Alain Paul Michaud, Pancho Patiño y Rolo Cevasco. **5.** Javier Cevallos, Oscar Ferrería y Renzo Sanchez Palacios.





Trust The Bum.



Para aquellos que viven bajo el sol

Usa el código

SONNYENASIA

www.sunbum-latam.com

[sb_latam](https://www.instagram.com/sb_latam)

Promoción válida del 14/02/2026 al 07/03/2025. Descuento del 20% en todos los productos de la marca SunBum en www.sunbum-latam.com. Sujeto a disponibilidad de stock. El descuento no aplica para despacho. No acumulable con otras promociones. Máximo 10 unidades por cliente y un uso por cliente. Solo válido para Perú.

II TORNEO INTERPLAYAS DE PÁDEL TENIS

Con gran éxito, culminó el Segundo Torneo Interplayas en Playa del Sol, copa Deporcentro Casuarinas, reuniendo a los mejores equipos y ofreciendo una jornada llena de emoción, deporte y diversión en la arena.

1. Miguel Drago, Mateo Zagal, Paolo Bercenati y Gaspare De La Francesca. 2. Nicolas Cueto. 3. Mariano Zegarra. 4. José Cueto y Nicolas Cueto. 5. Mateo Zegal , Gustavo Rubio y Miguel Drago.



Kany García

07
MAY

Arena Monumental

Entradas a la venta en: **ticketmaster®**



KANDAVU
ENTERTAINMENT

 **Interbank**

*ritmo
romántica* 93.1 FM
tu radio de baladas

club 
El Comercio

**buena
fortuna**
GLOBAL

**5020
RCRDS**

UNIMPRO
UNION PERUANA DE PRODUCTORES FONOGRAFICOS

apdayc



LOS 65 AÑOS DE EDUARDO BENAVIDES

El cónsul honorario de Irlanda y miembro del Club del Toby, Eduardo Benavides, celebró su cumpleaños a lo grande en La Molina, rodeado de colegas abogados, alcaldes, embajadores, cónsules, amigos y familiares, haciendo de la celebración un evento inolvidable.

- 1.** Milagros Ganoza y Eduardo Benavides. **2.** Fátima Saldonid y Luciano Revoredo. **3.** Hemant Avi Nangia, Camelia Ion-Radu y Marian Ion. **4.** Bernd Schmidt, Oswaldo Bravo y Alexander Kofman. **5.** Mariano Paz Soldán y Nicolás Kecskemethy. **6.** Santiago Revilla y Ariana Revilla. **7.** Santiago Revilla, Charo de Benavides y Rafael García. **8.** Enrique Anderson, Sisi de Anderson y Diego Uceda.



Montesierpe

CASA FUNDADA EN 1776

Así como Italia tiene el Asti,
el Perú tiene
Ruby y Diamante Montesierpe.



Síguenos en  Montesierpe.official

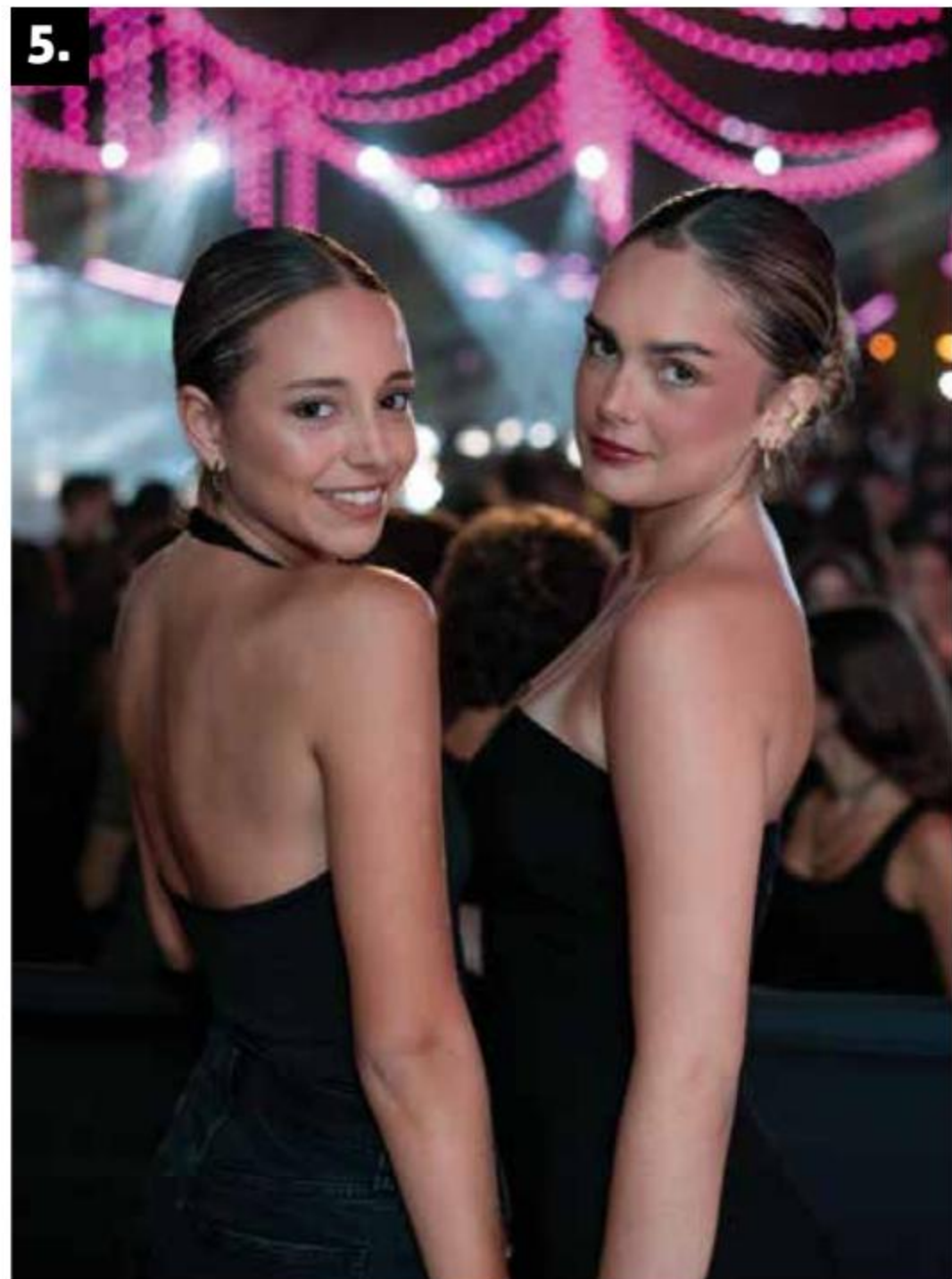
TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO



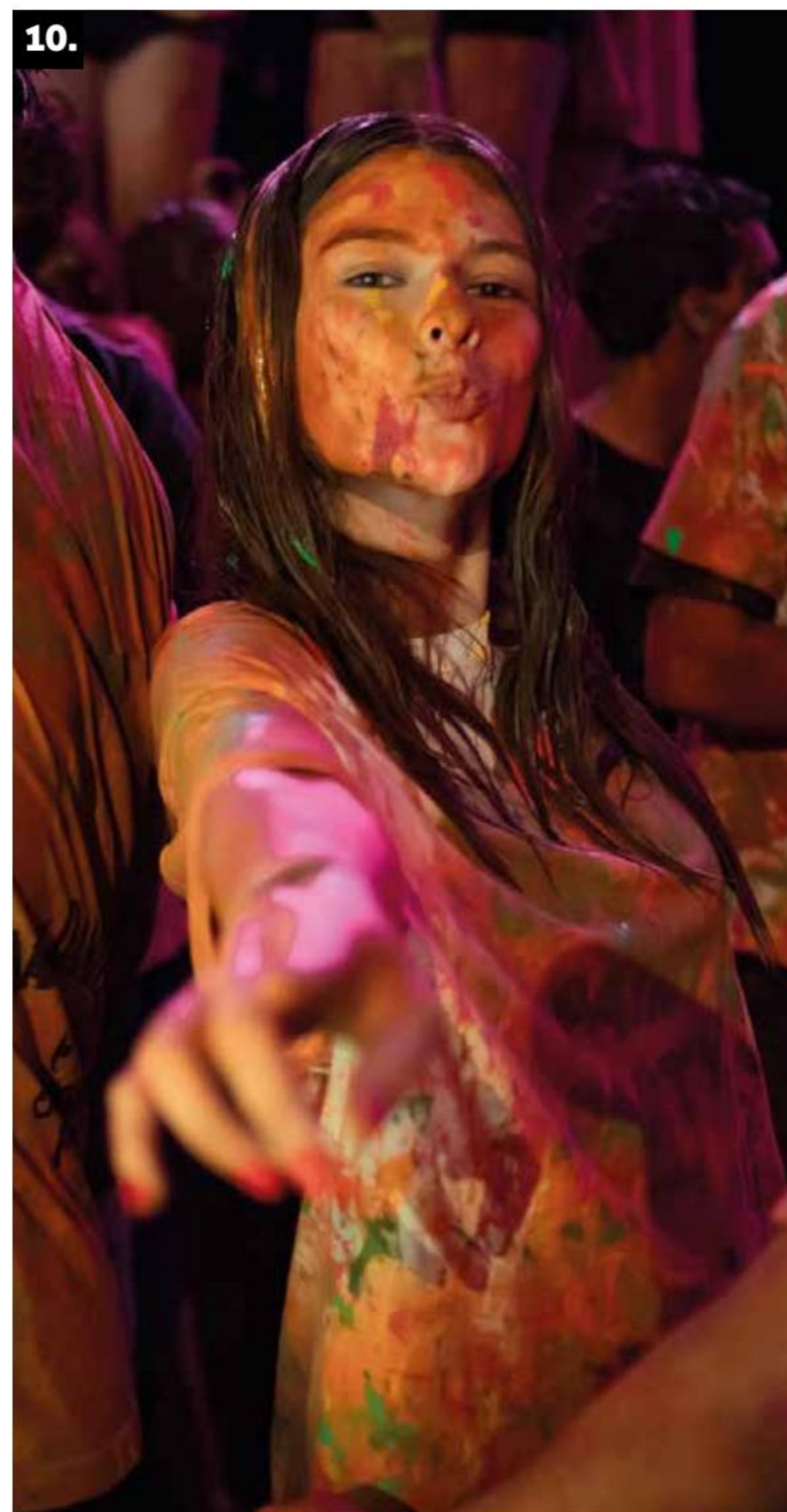
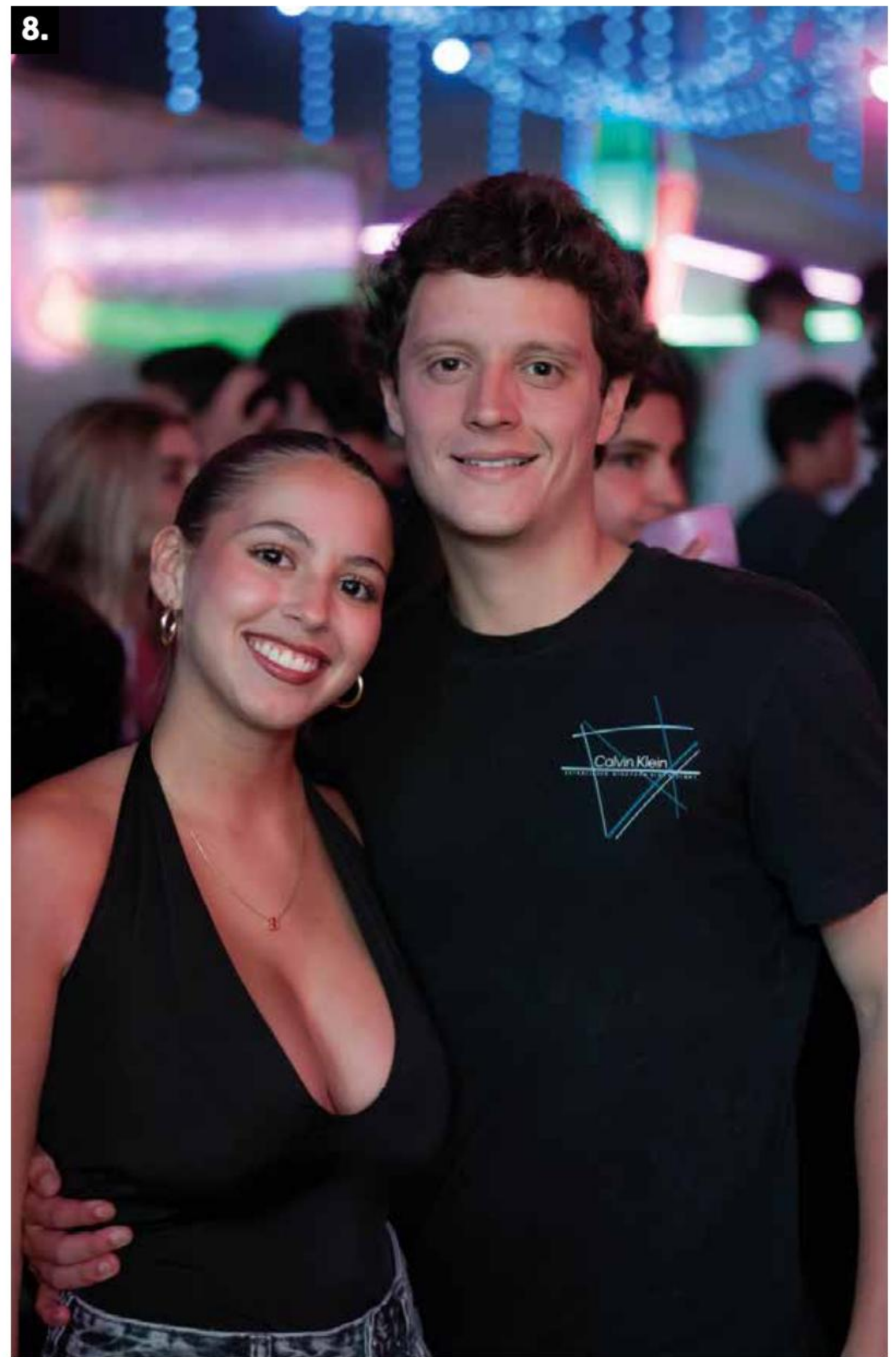
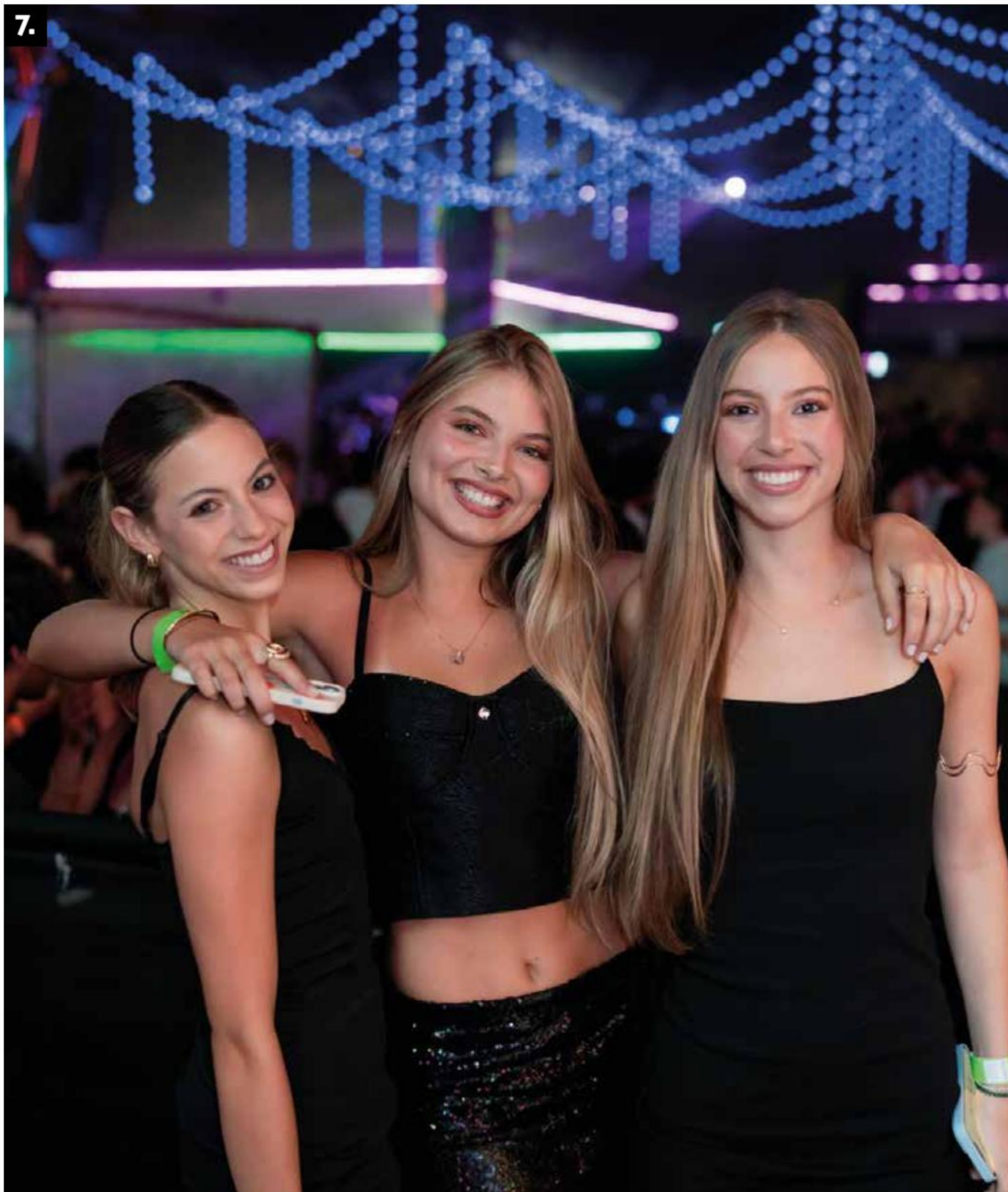


GLOW: THE PAINT PARTY BY JACK DANIEL'S

IZA, de la mano de Jack Daniel's, presentó Glow: The Paint Party en el Boulevard de Asia. El paint party más importante del verano celebró su segunda edición, consolidándose como un evento icónico y fijo del calendario veraniego, con música, color y una experiencia que marca la temporada cada año.



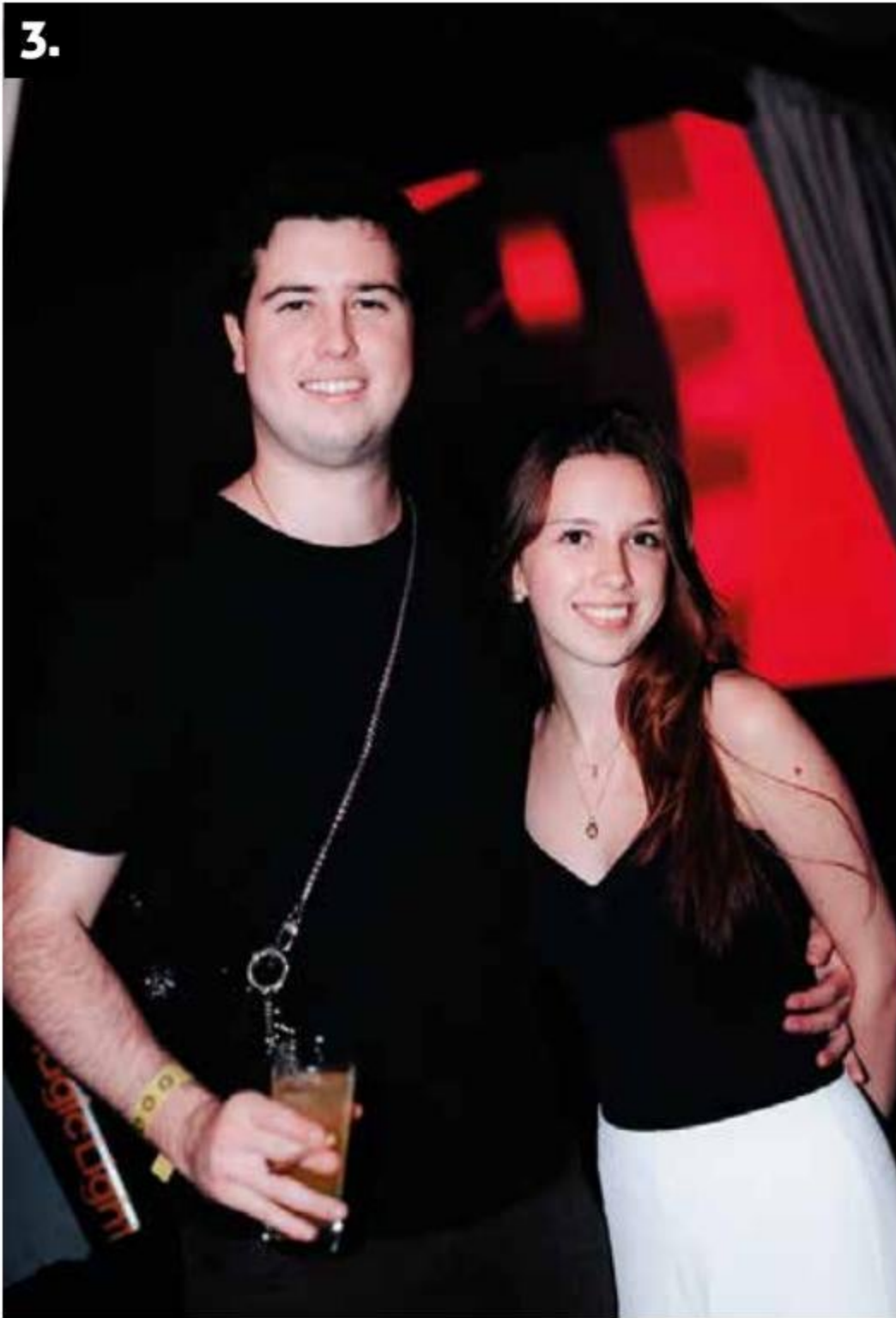
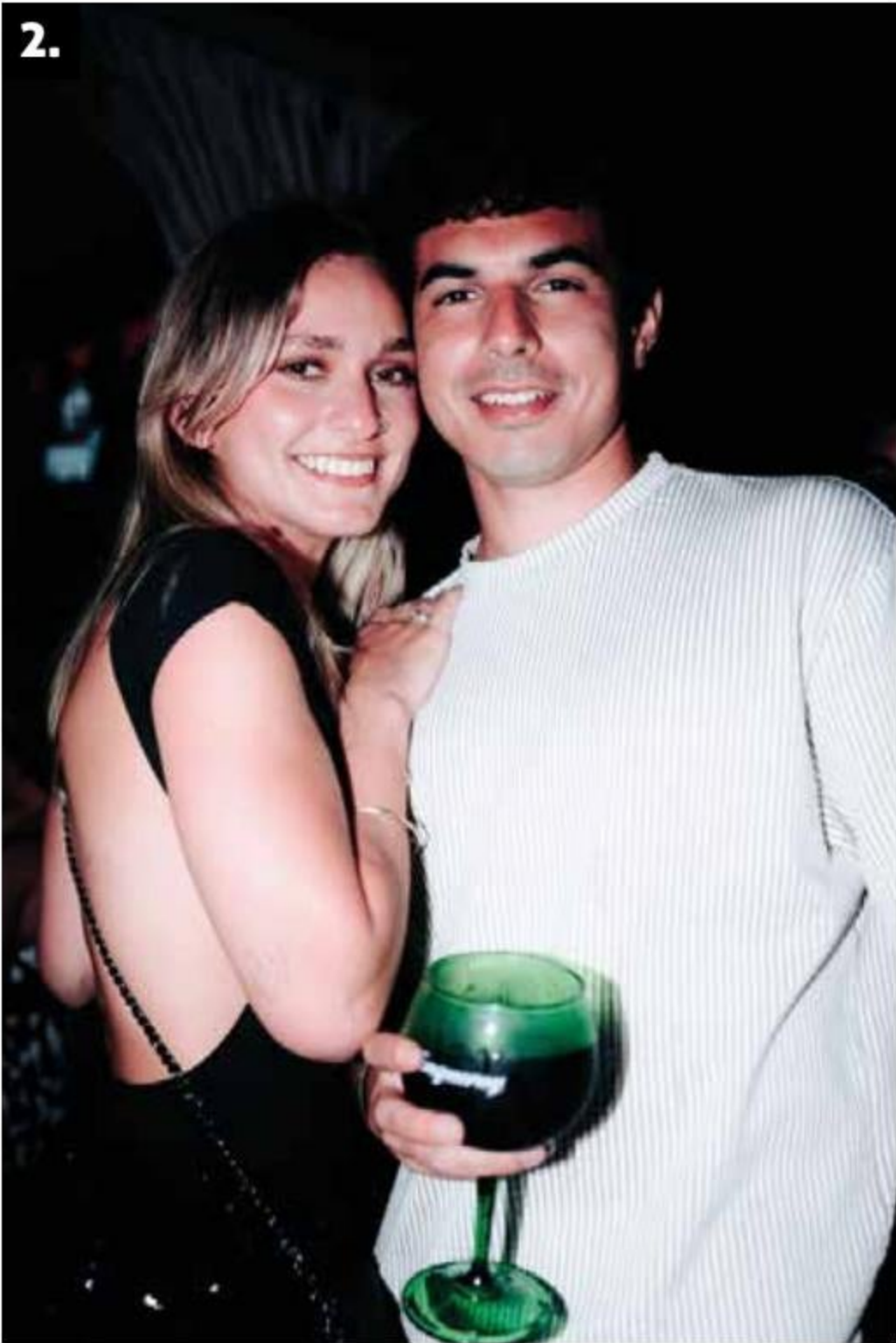
1. Fabrizio Tabini. **2.** Rafaela Arias, Fernanda Garcia y Andrea Figari. **3.** Alanna Granthon y Sofia Illes. **4.** Kaitlyn Douglas. **5.** Isabella Merino y Hania Woodman. **6.** Valentina Villacorta y Melanie Vallejo. **7.** Francesca Moro, Katrin Billing y Kiara Hein.



UN MES DE EKO: EL VERANO YA TIENE SONIDO

EKO, The Sound of Summer celebró su primer mes en Asia, consolidándose como una nueva experiencia del verano. La noche vibró con Buxxi y su clásico “Como tú no hay 2”, en una fecha auspiciada por Johnnie Walker. Con ediciones temáticas cada sábado, EKO se afirma como una invitación a vivir noches únicas.

1. Andrea Noriega. 2. Salvador Loiseau y Montserrat García. 3. Gonzalo gulman y brianna philbrook. 4. Fiorenza Abad y Maria belen dongo. 5. Vania Sevil y Matias Zappata. 6. Valeria De La Flor y Luana Ikeda.



EL NACIMIENTO DE DOS PRODUCTORAS Y UNA APUESTA TEATRAL

Alejandra Mur y Fiorella Florez presentaron el lanzamiento de International Workshops Perú Producciones y Palta Studio Producciones. La noche fue producida y ejecutada por International Workshops Perú Producciones, bajo el liderazgo de Mur, e incluyó la presentación de Traición, de Harold Pinter.

1. Alejandra Mur y Fiorella Florez. 2. Miguel Mur, Regina de Mur, Alfredo Vidal y Janice Gerber de Vidal. 3. Anna Zegarra y Nicolas Rose. 4. Marianella Ventura y Jorge Velarde. 5. Sonia Cunliffe y Carlos Llosa. 6. Maria Pia Buraschi y James Castle.





Creando momentos
Memorables



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO

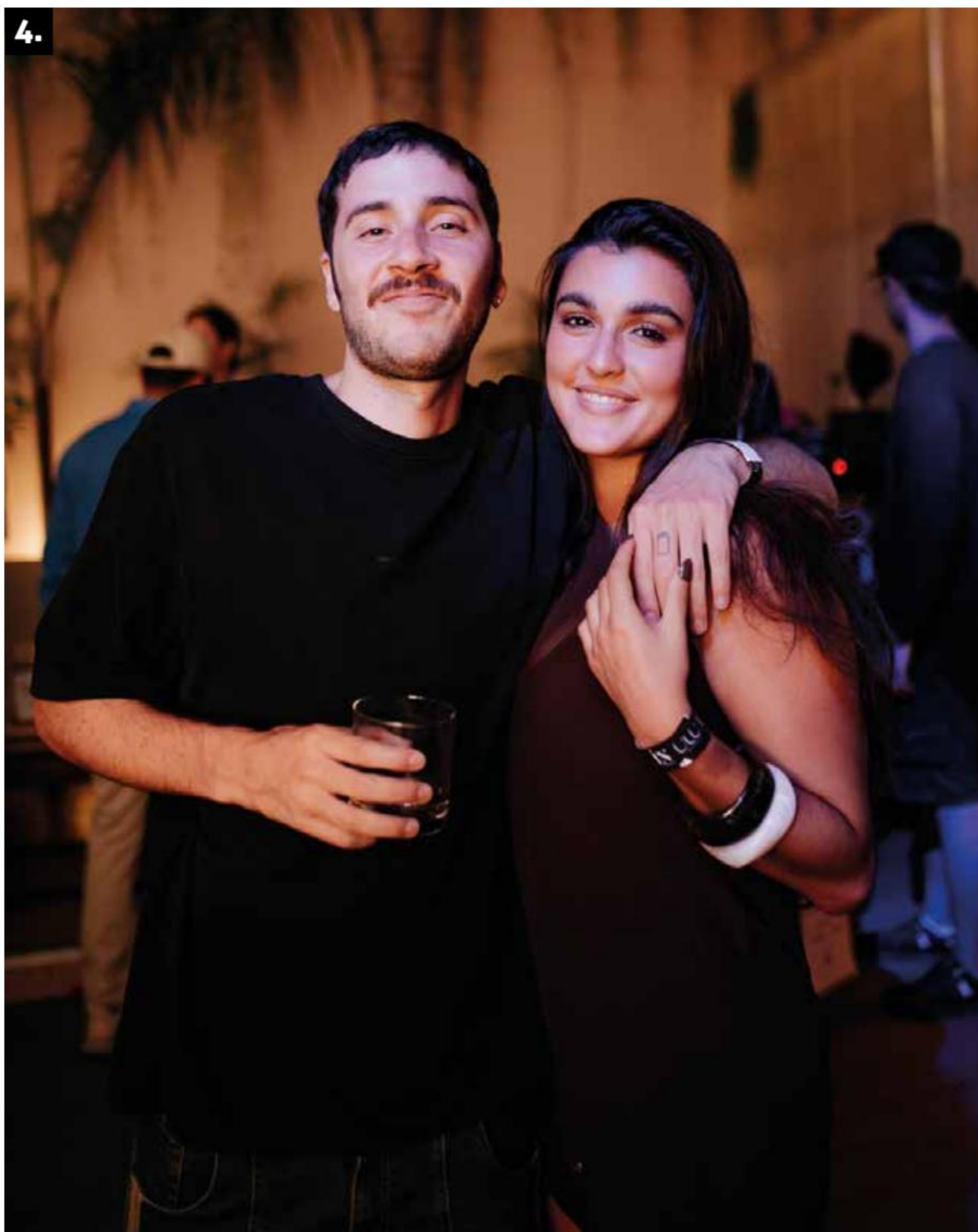
INFINITY CIRCUS

IN Punta Hermosa dio inicio a una noche llena de música, luces y buena vibra. Bajo la temática Infinity Circus, fue uno de los mejores eventos para celebrar la temporada de verano.

1. Daniela Rodríguez y Valeria Campodonico. 2. Alessandro Rossingana y Chiara Lanata. 3. Bruno Barreto, Guillermo Gonzales, Manuel Bruce, Joaquin Gutierrez. 4. Joven Paiva y Fernanda Mejía. 5. Alejandro Roca Rey y Manuel Bruce.



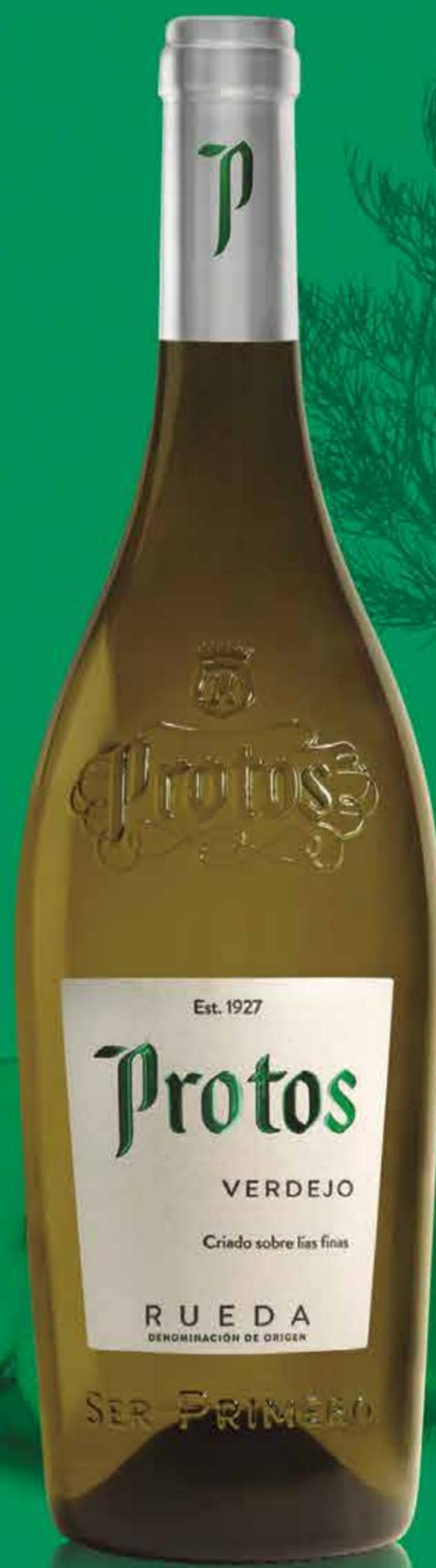
4.



5.



Festival vinos blancos y rosados



DISTRIBUIDO POR PERUFARMA S.A. RUC: 20100052050

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



FLORIPA POR LACOSTE & JOHNNIE WALKER BLACK LABEL

Floripa se convirtió en el punto de encuentro entre moda y fiesta en Punta Hermosa, de la mano de Lacoste y Johnnie Walker Black Label. Una noche de tendencia, energía y celebración que brilló hasta la salida del sol.

1. Briana Botto. 2. Ernesto Galdos, Claudia Flores y Augusto Venegas. 3. Pía Requejo. 4. Raiza Ortiz. 5. Mateo Pueyo, Artsiom Skrynnik y Aaron Muro. 6. Angela Kubota y Miranda Paz. 7. Adriana López y Gabriela Romero. 8. Mari Ceci Tabja y Brunella Muñoz. 9. Mafer y Hanny Bibiloni.

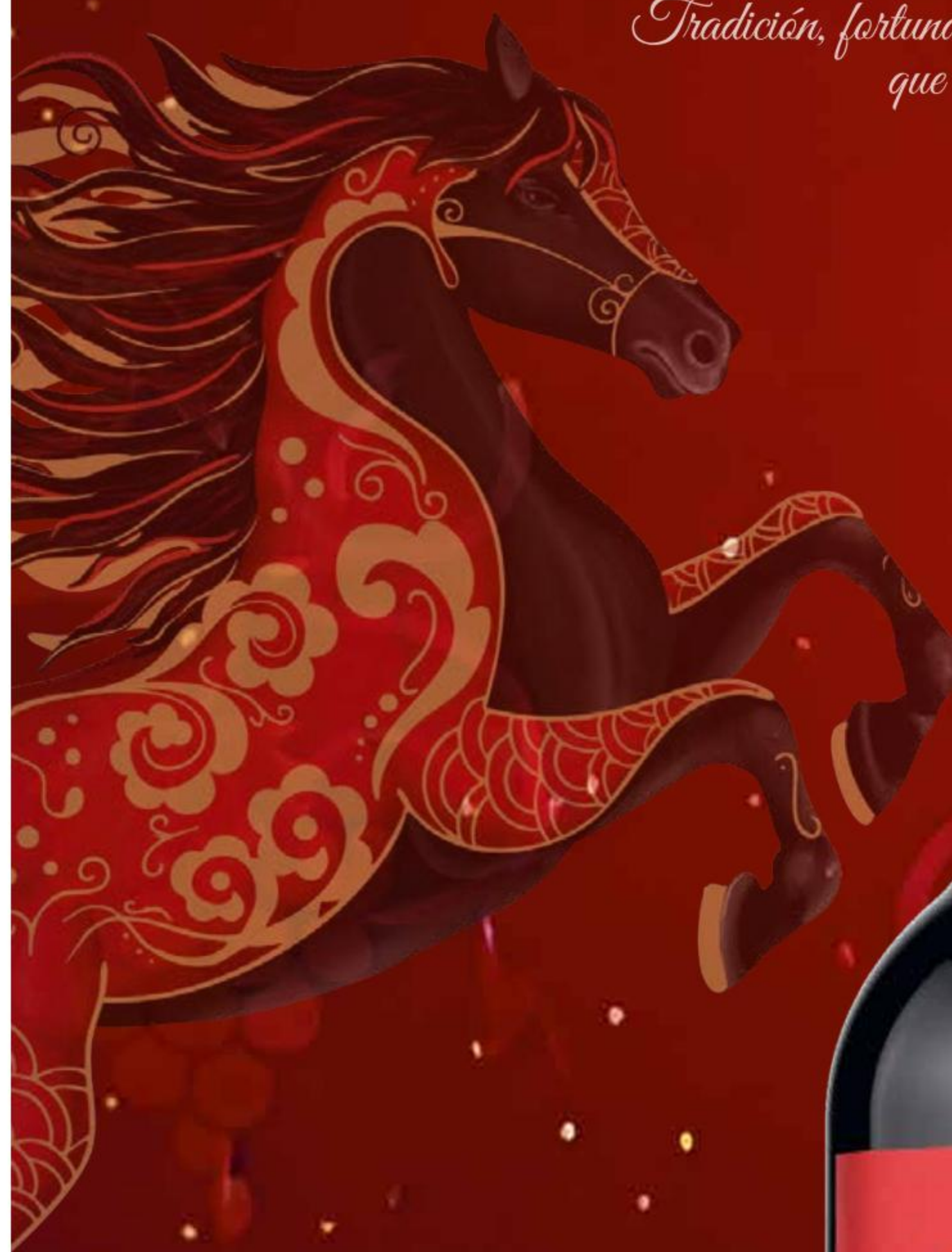


1865
SELECTED VINEYARDS

- EDICIÓN LIMITADA -

AÑO NUEVO CHINO 2026

*Tradición, fortuna y éxito en una edición
que se convierte en símbolo.*



La **bodega San Pedro** presenta esta exclusiva edición limitada de 1865, inspirada en el Año del Caballo, símbolo de fuerza, éxito y prosperidad. Un elegante Cabernet Sauvignon 2023 del Valle del Maipo – Chile, con un diseño rojo impactante y un caballo dorado que representa movimiento y buena fortuna.

**Edición especial para celebrar,
regalar y coleccionar.**



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO

PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS
ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

GRILL SESSIONS EN LAS ARENAS

El campeonato parrillero del verano se vivió intensamente. Por quinto año consecutivo, Grill Sessions llegó gracias a Wong Perú, con la presentación en vivo de We The Lion. Este evento fue realizado por FILO, la productora de eventos gastronómicos con más de 10 años de experiencia, reuniendo a familias, amigos y amantes de la parrilla en ambiente festivo.

- 1.** Marco Bobbio, José Luis Castro y André Gallet. **2.** Luigi Parodi, Gian Foranco Parodi, Adan Echeandia y Raul Roca. **3.** Gustavo Romero, Jorge Andrés Ruiz, Yolanda Ilas y Jorge Ruiz. **4.** José Luis Ramírez, Carlos Acuña, Hugo Chang y Mario Izaguirre. **5.** Gaston Rubio, Luana Caro y Daniela Lama. **6.** Vanessa Corcuera, Christian Castellares, Cindy de la Mata y Lucía Valencia. **7.** Matias Díaz, Lucía villafuerte y Camila Delgado. **8.** Teresa Pacheco, Claudia Figueroa y Roxana Arriaran. **9.** Julio Pérez, Lluigui Parodi y Rafael Reaño. **10.** Annagrazia Cotrina, Rodolfo Chang, Héctor Chang y Gianfranco Smarrelli. **11.** Josefina Fernandez-Davila y Nicole Straznicky. **12.** Anabel Vargas, Julissa Salcedo, Sara Serna, Anabel Vargas y Gina Ibrahim.





PAULA PIN

Con solo 22 años, Paula representa a una nueva generación de mujeres que equilibran su vida corporativa con sensibilidad estética y pasión creativa, sin renunciar al disfrute ni al bienestar personal.

Por Arianna Gonzales



Paula Pin vive en ese punto exacto donde la disciplina corporativa se encuentra con la creatividad. Actualmente, se desempeña como asistente comercial en Mia Beauty Bar, un nuevo formato de belleza que apuesta por las tendencias, la curaduría de productos y una experiencia cercana al consumidor. Desde ahí, Paula no solo trabaja con números y negociaciones, sino que se involucra activamente en la selección de marcas, el trato con proveedores y la constante lectura del mercado de la moda y la belleza, un universo que la apasiona tanto en lo profesional como en lo personal.

Su camino hasta llegar al mundo retail comenzó lejos de casa. Paula estudió Negocios Internacionales en la Universidad de Bristol, en Inglaterra, una institución de alto prestigio académico que le permitió forjar su disciplina. Vivir en ciudades como Madrid, Londres y Bristol le permitió ampliar su mirada, adaptarse a distintas culturas y confirmar su interés por el mundo corporativo. Aunque consideró hacer carrera fuera del país, regresar a Lima fue una decisión estratégica que la llevó a descubrir oportunidades valiosas en el mercado local, empezando en el área de Recursos Humanos y dando luego el salto al área comercial, donde encontró su verdadero lugar.

PAULA ENCUENTRA EN TIKTOK UN ESPACIO DE EXPRESIÓN AUTÉNTICA. CREAR VLOGS Y CONTENIDO LIFESTYLE LE HA PERMITIDO CONSTRUIR UNA COMUNIDAD CERCANA, DONDE COMPARTE FRAGMENTOS DE SU DÍA A DÍA.



EL BALANCE COMO PILAR

Su rutina laboral es intensa y exigente, combinando días de oficina con home office, pero Paula tiene claro que el equilibrio es clave. En verano, la playa se convierte en su refugio favorito: tiempo con amigas, descanso mental y desconexión necesaria para recargar energías. Esa búsqueda constante de balance también se refleja en sus hobbies. Amante de la cocina —especialmente de la comida salada—, reconoce entre risas que el horno no es su mejor aliado, pero no deja que eso limite su curiosidad gastronómica.

Además, encuentra en TikTok un espacio de expresión auténtica. Crear vlogs y contenido lifestyle le ha permitido construir una comunidad cercana, donde comparte fragmentos de su día a día, intereses y pasiones. La creatividad es un eje central en su vida: bailar, crear, comunicar y explorar nuevas ideas forman parte de su identidad.

Mirando hacia el futuro, Paula tiene claro su siguiente objetivo: especializarse en el mundo de la moda. Sueña con realizar una maestría en Luxury Brand Management en instituciones como Marangoni o la Universidad Bocconi, alineando su formación académica con su presente profesional.

Paula Pin es, sin duda, el reflejo de una mujer contemporánea: curiosa, estratégica, creativa y decidida a construir una carrera que dialogue con sus pasiones.

PRODUCCIÓN:

The Branded Lab (@thebrandedlab.pe)

FOTOGRAFÍA:

Andrés Espinoza (@andresespinozafoto)

ASISTENTES DE FOTOGRAFÍA:

Yuri Russo, Gianella Celis

VIDEO:

Fabiola Paredes (@its.faabs)

DIRECCIÓN DE ARTE Y STYLING:

Guillermo Alvarez (@elpibedeguille)

MAKEUP & HAIRSTYLE:

Ivone Chavez (@ivonebeauty)

ASISTENTE DE MAKEUP:

Silvia Carrasco (@silviafernandaa)



BIKINIS DE:

LA CHULA

@lachula.swim

@lachula.swim

lachulaswim.com